

О. С. УБОЖЕНКО, Д. В. ДОРОШЕВ

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины) Науч. рук. **Д. В. Дорошев**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ОСНОВА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Эффективность деятельности торговой организации во многом обусловлена правильным формированием состава и структуры экономического потенциала. Экономический потенциал организации характеризуется несколькими важными чертами. Во-первых, он определяется его реальными возможностями, причём не только реализованными, но и нереализованными по каким-либо причинам. Во-вторых, потенциал характеризуется объёмом ресурсов и резервов как вовлечённых, так и не вовлечённых в торговую деятельность. В-третьих, потенциал организации определяется не только возможностями и ресурсами, но и способностью менеджеров к их использованию для достижения стратегических целей организации и получению максимально возможного в данных экономических условиях дохода [1, с. 155].

Количественными параметрами экономического потенциала торговли являются:

- объём розничного и оптового товарооборота;
- наличие и размер товарных запасов;
- численность, профессионально-квалификационный состав работников;
- финансовые ресурсы, объём активов, их ликвидность;
- объём, структура основных средств, их техническое состояние и показатели воспроизводства;
- обеспеченность населения регионов торговой и складской площадями, ёмкостями хранилищ в сравнении с установленными оптимальными нормативами;
- обеспеченность торгово-технологическим оборудованием [2, с. 98].

Существуют два направления исследования экономического потенциала как объекта. С одной стороны, его рассматривают в качестве совокупности ресурсов хозяйствующего субъекта, это так называемое ресурсное направление. В этом случае оценка экономического потенциала сводится к определению стоимости доступных ресурсов (активов). С другой стороны, это способность хозяйствующего субъекта осваивать и перерабатывать имеющиеся у него ресурсы для удовлетворения общественных потребностей – результативное направление. Последнее определяется наличием трудового, технического, организационного потенциала и непременно устойчивостью финансового положения организации [2, с. 237].

Для торговой организации важной составляющей экономического потенциала является эффективная реализация товаров. ОАО «Дабрабыт», как торговой организации, для успешной продажи товаров следует производить закупки товаров, пользующихся устойчивым спросом. В связи с этим, с целью изучения покупательского спроса, необходимо проводить социологические исследования и на их основе формировать план закупки. Это позволит обеспечить удовлетворение покупательского спроса и приведёт к повышению экономической эффективности организации.

Систему факторов, формирующих спрос на продукцию, можно разделить на следующие основные группы:

- экономические факторы. При установлении цен на товары работники организации должны учитывать размеры денежных доходов населения города Гомеля. В связи с тем, что жители города Гомеля в основном имеют средний уровень доходов, то организации нецелесообразно закупать товары с высоким уровнем цен.

– социальные факторы. Организации следует закупать товары для всех социальных и половозрастных групп населения, которые соответствуют направлению и отличаются качеством изготовления. Нужно учитывать, что ассортимент товаров потребления постоянно обновляется, поэтому на организации должна проводиться работа по формированию спроса путём активного включения новых товаров в ассортимент.

– природно-климатические факторы. Формирование ассортимента товаров зависит от сезонных колебаний спроса населения. В зимний период ОАОТ «Дабрабыт» следует расширить ассортимент товаров, свойственных для холодного времени, так как именно такие товары зимой пользуются наибольшим спросом у населения.

При формировании ассортимента необходимо учитывать характер предъявляемого спроса. Следует допускать взаимозаменяемость товаров различных разновидностей.

Основной работой по изучению спроса является сбор, обработка и анализ информации. Для изучения покупательского спроса существует метод наблюдения, который проводится для систематического получения сведений о том, какие группы товаров и их разновидности имеются в продаже, на какие группы товаров спрос в магазине не удовлетворяется, по каким образуются излишние товарные запасы.

Выводы о наличии товаров делаются на основе изучения ассортимента, а сведения о том, на какие товары спрос населения не удовлетворяется, и по каким образовались излишние товарные запасы, формируются на основе мнений продавцов и заведующих отделами. По результатам анализа полученных данных ОАОТ «Дабрабыт» следует производить закупки товаров. Такой подход позволит обеспечить удовлетворение покупательского спроса и приведёт к повышению экономической эффективности.

Существенным фактором формирования ассортимента является цена товара. В ОАОТ «Дабрабыт» учет товаров ведётся по двум видам цен: по закупочной и по розничной цене. При этом используется достаточно простой метод ценообразования, который заключается в начислении определенной наценки на закупочную цену товара. Величина наценки зависит от вида товара и колеблется в пределах от 20 до 50 %. Следовательно, ОАОТ «Дабрабыт» может самостоятельно формировать цены в разрешённом диапазоне и, чтобы удержать покупателей должно устанавливать цены на реализуемые товары в пределах рыночных. Закупочные цены у посредников значительно выше цен организаций-производителей товаров. Выбирая в качестве поставщиков непосредственных производителей товаров, ОАОТ «Дабрабыт» сможет значительно снизить розничную цену товара, привлекая покупателей и увеличивая объём выручки.

Перечисленные мероприятия могут способствовать более эффективному использованию экономического потенциала торговой организации.

Список используемой литературы

- 1 Бузукова, Е. А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы организации – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2007 – 280 с.
- 2 Бишоп, Р. С. Современные системы управления / Р. С. Бишоп. – М.: Лаб. Базовых Знаний: Юнимедстайл, 2005. – 832 с.