

ПОДХОДЫ К ПРОВЕДЕНИЮ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

О.Н. Каравичева, М.Ф. Валиев, И.Ш.-о. Сулейманов
бакалавры

Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия

Статья направлена на рассмотрение необходимости проведения стратегического анализа для предприятий оптовой торговли. Стратегический анализ является этапом предплановых исследований, на котором системно анализируются факторы внешней деловой окружающей среды и ресурсного потенциала предприятия для определения «текущего» состояния дел и выявления возможностей для его дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования.

Ключевые слова: стратегический анализ, внешняя среда предприятия, SWOT-анализ, PESTLE-анализ, 5 сил Портера.

APPROACHES TO CONDUCTING A STRATEGIC ANALYSIS OF WHOLESALE TRADE ENTERPRISES

The article is aimed at considering the need for strategic analysis for wholesale enterprises. Strategic analysis is a stage of pre-planned research, which systematically analyzes the factors of the external business environment and the resource potential of the enterprise to determine the "current" state of affairs and identify opportunities for its further successful development in a market economy.

Keywords: strategic analysis, external environment of the enterprise, SWOT analysis, PESTLE analysis, Porter's 5 forces.

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что при данных условиях ведения бизнес-процессов на торговом оптовом предприятии, важно понимать значимость проведения стратегического анализа. Стратегический анализ является основным элементом стратегического планирования. Стратегический анализ выступает в качестве инструмента стратегического управления, с помощью которого руководство предприятия выявляет и оценивает свою деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные и перспективные ее направления, помогает вовремя выявить и устранить слабые стороны хозяйствующего субъекта, обернуть риски в достоинства и повысить конкурентоспособность организации.

Цель статьи – обозначить важность проведения стратегического анализа.

Для достижения поставленной цели выделены следующие задачи:

– исследуя 5 сил Портера, SWOT, PESTLE – методы на примере организации, продемонстрировать важность стратегического анализа;

– изучить необходимость анализа внешних факторов для предприятия оптовой торговли;

Анализ внешней среды приобретает большое значение для перспективной финансовой и хозяйственной деятельности компании, так как является основой обретения и формирования преимуществ среди конкурентов [1. с. 87].

Внешняя среда – это комплекс хозяйствующих субъектов, общественных, экономических и природных условий, межгосударственных и национальных структур, а также других внешних условий и факторов, действующих в окружении предприятия, и которые влияют на все сферы его деятельности.

Внешнюю среду обуславливают внешние факторы влияния. Внешними факторами являются условия, которые предприятие не в силах изменить, но должно отслеживать в своей работе. Этими факторами выступают правительство, потребители, экономические условия и т.д. Внешняя среда и ее факторы, возникающие в окружающей среде, оказывают или могут оказать воздействие на деятельность оптового предприятия, и поэтому и требуют принятия важных и правильных управленческих решений.

В связи со своей постоянной изменчивостью внешняя среда является областью постоянного беспокойства для предпринимателей.

В нем изучаются все аспекты, которые оказывают непосредственное воздействие на результаты деятельности организации [2, с. 256].

Оптовые торговые предприятия особенно подвержены нанесению урона от факторов внешней среды. Контрагенты – чаще всего предприятия розницы, которые ищут более выгодные по ценовой политике предложения от конкурентов, новых поставщиков с более богатым ассортиментным рядом. Не стоит забывать и о факторах, которые неподвластны контролю, такие как политические, экономические, однако при их постоянном анализе, можно заранее продумывать пути решения возникающих проблем на предприятии и оставаться на ведущих позициях среди конкурентов за счет осведомленности.

Рассмотрим пример стратегического анализа, затрагивающего внутреннюю и внешнюю среду.

Воспользуемся такими методами как анализ 5 сил Портера, SWOT, PESTLE-анализы на примере ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ».

Проведем в таблице 1 SWOT-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ», который покажет оценку явлений и факторов, оказывающих на компанию [3 с. 57]

Таблица 1

SWOT-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – Опыт работы на рынке более 20 лет – Широкий ассортимент продукции – Контракты с зарубежными партнерами – Бонусные программы 	<ul style="list-style-type: none"> – Нехватка коммуникаций, отсутствие постоянного информирования работников о результатах их труда – Не развита система мотивации кадров – Товары иностранные, а значит дороже среднего
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – Освоение центрального региона России – Контракты с новыми поставщиками из-за рубежа – Улучшение системы мотивации и коммуникации работников 	<ul style="list-style-type: none"> – Невысокие доходы населения – Тяжелая ситуация с санкциями других стран – Усиление позиций компаний-конкурентов

Сильные стороны организации: большой и успешный опыт на рынке; широкий ассортимент продукции; контракты с зарубежными партнерами; бонусные программы.

Проблемное поле организации: нехватка коммуникаций среди работников; отсутствие информирования работников о результатах их труда; не развита система мотивации кадрового состава. Отметим слабые стороны с угрозами, которые необходимо решить:

1. Нехватка коммуникаций и отсутствие информации для работников о результате их труда, порождают проблему нецелостности картины о совместной работе у сотрудников, решения принимаются дольше, тем самым снижается преимущество среди конкурентов.

2. Неразвитая мотивационная система так же снижает преимущество перед конкурентами, так как ценные кадры могут переманить на лучшие условия работы.

3. Иностранные товары являются более качественными, нежели отечественные, как считают многие, однако из-за невысоких доходов населения, не каждый может позволить приобретение данных товаров за их более высокую цену, относительно произведенных в нашей стране.

Для определения факторов, влияющих на исследуемое предприятие, проведем PEST-анализ, показанный в табл. 2.

Таблица 2

Результаты PEST-анализа ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ»

Фактор	Приоритет	Влияние на стратегию компании
Экономические	6	Влияние финансовой устойчивости
Политические	5,4	Наличие экономических санкций
Технологические	4,8	Влияние уровня развития технологий в сфере торговли
Социальные	3,4	Влияние социальной политики

Проведенный PEST-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ», показал особенную значимость для оптовой торговой компании экономических и политических факторов.

Менее выраженным влиянием обладает технологические факторы, наконец, замыкает перечень социальные факторы.

Для оценки конкурентоспособности проведем в таблице 3 анализ «5 конкурентных сил» М. Портера

Таблица 3

Сводная таблица анализа «5 конкурентных сил» М. Портера

Сила / Оценка	Выраженность риска (значение)	Описание	Направление работ
Давление поставщиков	2 Средняя	Стабильность со стороны поставщиков	Сосредоточиться на устранении всех недостатков услуг
Давление покупателей	1 Низкая	Нет неудовлетворенности в предоставляемых товарах	Снижать воздействие ценовой конкуренции на услуги компании.
Давление действующих конкурентов	3 Средняя	Рынок организации является конкурентным и перспективным	Основные усилия организация должна направить на построении высокого уровня знания о товаре
Угроза появления новых конкурентов	4 Высокая	Высокий риск входа новых игроков, так как низкие барьеры входа	Для сохранения конкурентоспособности надо на постоянной основе проводить анализ существующих и появления новых конкурентов.
Давление товаров-заменителей	2 Средняя	Компания обладает таким предложением, аналогов которому на рынке немного	Рекомендуется придерживаться стратегии укрепления уникальности товаров, даже в период сложностей с заграничными поставками

По результатам оценки «5 конкурентных сил» М. Портера, можно сделать вывод, компания ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» уверенно поддерживает свое положение среди конкурентов в отрасли и все силы не несут большие угрозы для компании. Самой высокой угрозой выделена сила угрозы появления новых поставщиков. Рынок России стремительно развивается и появляются новые игроки, которые в свою очередь входят в бизнес подготовлено.

Учитываются слабые и сильные стороны существующих конкурентов, особенность отрасли и сбыта, прорабатываются управленческие решения с целью опережения устойчивых предприятий.

Такие процессы важно контролировать на любом этапе развития организации, в том числе крупному и успешному бизнесу.

Ресурсы ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» позволяют успешно функционировать с результатами её влияния.

Главными конкурентами ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» являются торговые компании, такие как: «Летуаль»; «Зайчики»; мелкие магазины.

Доли компаний торговли азиатскими товарами на рынке ПК продемонстрированы на рис. 1.

Доли компаний на рынке торговли азиатскими товарами в ПК

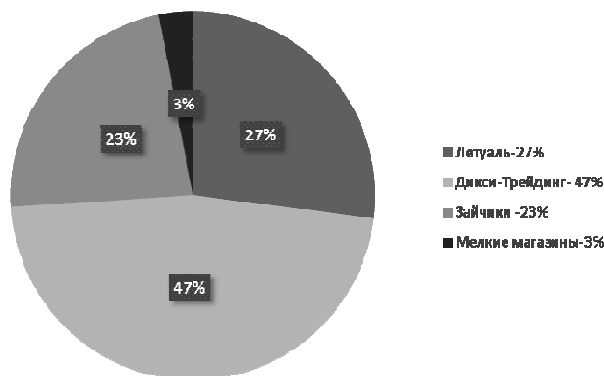


Рис. 1 Доли компаний на рынке торговли азиатскими товарами в ПК

Рассмотрим статистику по данным Росстата по ситуации на рынке торговли азиатскими товарами в России и Приморском крае [4]



Рис. 2. Оборот розничной торговли азиатскими товарами в ПК

Исходя из выше представленной диаграммы, можно сделать вывод о том, что оборот розничной торговли с каждым годом увеличивается, как в России в целом, так и в Приморском крае, что является хорошим показателем развития [5 с. 134].

Данная положительная динамика характерна и для общей ситуации в отрасли для исследуемого предприятия.

Проведем SNW-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ», компания является оптовым предприятием-поставщиком в Россию косметических товаров, бытовой химии, товаров для дома и продуктов питания японского и корейского производства.

SNW-анализ это анализ сильных, нейтральных и слабых сторон организации.

Таблица 4

SNW-анализ ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ»

Описание фактора	Качественная оценка		
	S-сильная сторона	N-нейтральная сторона	W-слабая сторона
Стратегия организации	X		
Организационная структура		X	
Экономическое положение и состояние	X		
Информационные технологии		X	
Конкурентоспособность продукции	X		
Система сбыта	X		
Степень руководства и менеджмента		X	
Уровень маркетинга		X	
Применение IT технологий			X

Исходя из таблицы 4 можно сделать вывод, что слабой стороной компании является применение IT-технологий. Предприятию следует внедрить новые технологии и тем самым упростить работу сотрудников и сделать большой вклад в развитие организации. Так же на рынке сейчас сложности со специалистами IT-сферы, квалифицированные кадры проблематично найти, однако компания работает над этим, улучшая условия работы и ставку, для привлечения кадров.

Проанализировав полученные результаты, можно сказать следующее. Организация ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» занимает устойчивое положение среди конкурентов.

Однако имеет проблемы с социальной стратегией внутри организации и напряженную ситуацию в стране по политическим соображениям, которая в любой момент может ударить по поставкам товара и ассортименту компании в целом. На данный момент ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» успешно справляется с возникающими сложностями благодаря постоянному улучшению методов поставок зарубежных товаров, налаживанию отношений с новыми азиатскими контрагентами и поиску товаров-заменителей для стабильного поддержания ассортиментного ряда.

Проведенное изучение факторов, воздействующих на предприятие, позволит выйти на рынки других регионов, открыть филиал или новую фирму, увеличить ассортимент товаров. Большой опыт работы ООО «ДИКСИ-ТРЕЙДИНГ» поможет осуществить совершенствование в социальной стратегии предприятия, увеличив удовлетворенность работников и создав фундаментальную систему мотивации для дальнейшего развития и привлечения кадрового состава. Таким образом можно сделать вывод, что систематический стратегический анализ оптового предприятия нужно и важно проводить. Это помогает выявлять «узкие» места предприятия, быть подготовленным к возникающим проблемам из внешней и внутренней среды и держать высокие конкурентоспособные места на рынке.

Стратегический анализ – ценный инструмент в руках предпринимателей.

1. Алексеенко, Н.В. Мониторинг как инструмент устойчивого развития предприятия // Образование, культура и вызовы современности. – 2020. – С. 88–91.

2. Лясников Н.В. Стратегический менеджмент. – Москва, 2020. – 256 с.

3. Измалкова С.А. Стратегический анализ: современная концепция менеджмента: – Орел: ФГБОУ ВПО «Госунiversитет-УНПК», 2021. – 57 с.

4. Оборот торговли. – Текст: электронный. – URL: rosstat.gov.ru

5. Когденко В.Г. Отраслевой анализ. – Москва: Magister(Юнити-Дана), 2021. – 134 с.

УДК 330.34

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «ДВКА «УСПЕХ»

А.В. Нестерова
бакалавр

*Владивостокский государственный университет
Владивосток, Россия*

В статье исследованы факторы микро и макро среды, оказывающие воздействие на деятельность ООО «ДВКА «Успех». Анализ конкурентоспособности компании и группировка факторов, воздействующих на ее деятельность, дают возможность в развитии организации, повышении ее конкурентных преимуществ, успешном формировании стратегического плана.

Ключевые слова: *микросреда, макросреда, конкурентоспособность, стратегический анализ, анализ М. Портера, SNW-анализ, PEST-анализ.*

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT ON THE ACTIVITIES OF LLC «DVKA «SUCCESS»

The article examines the factors of micro and macro environment that affect the activities of LLC «DVKA «Success». The analysis of the company's competitiveness and the grouping of factors affecting its activities make it possible to develop the organization, increase its competitive advantages, and successfully form a strategic plan.

Keywords: *microenvironment, macroenvironment, competitiveness, strategic analysis, M. Porter's analysis, SNW analysis, PEST-analysis.*

Для успешного развития любой компании имеет ключевое значение система ее взаимодействия с внешней и внутренней средой. На основе этих знаний определяется конкурентоспособность компании, ее положение на рынке, в том числе, среди ключевых конкурентов. Анализ данных факторов позволяет компании не только наращивать свои конкурентные преимущества, но и закладывает фундамент ее развития на дальнейшую перспективу, то есть позволяет на основе полученной информации определяться с направлением стратегии ведения своей деятельности, выстраивать качественный стратегический план. Все это в совокупности определяет как долго и как успешно просуществует компания на рынке [1].

Основная цель данного анализа заключается в определении влияния на компанию факторов микро и макросреды. Микросреда предприятия состоит из субъектов, с которыми компании при-