

могут привести к значительным потерям для инвесторов и затруднить использование цифровых валют в качестве стабильного средства для международных расчетов. Более того, отсутствие регулирования в некоторых странах создает предпосылки для мошенничества и отмывания денег, что также вызывает опасения у правительств и финансовых институтов [8].

С учетом всех этих факторов, будущее цифровых валют в международных финансовых расчетах остается неопределенным. С одной стороны, они могут значительно упростить транзакции и сделать финансовые услуги более доступными. С другой стороны, необходимо разработать четкие правила регулирования, чтобы защитить пользователей и обеспечить стабильность финансовой системы. Мировое сообщество должно работать над созданием согласованных стандартов и подходов к регулированию цифровых валют, чтобы максимизировать их потенциал и минимизировать риски.

В заключение, влияние цифровых валют на международные валютно-финансовые расчеты является важной темой для обсуждения. Преимущества, такие как скорость и доступность, делают их привлекательными для бизнеса и потребителей. Однако риски, связанные с волатильностью и отсутствием регулирования, требуют внимательного подхода. Важно, чтобы международные организации и правительства совместно работали над созданием безопасной и эффективной среды для использования цифровых валют в глобальной экономике. Только так можно обеспечить стабильное и устойчивое развитие финансовых систем в будущем.

1. Гогян Е.А., Масюк Н.Н. Цифровизация как механизм разрешения противоречий участников финансового рынка // Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы исследования: сб. материалов V Международной научно-практической конференции, Владивосток, 09–10 ноября 2023 года. – Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2023. – С. 174-177. – EDN PHEZRF.

2. Громова Н.В. Цифровые валюты: новые горизонты. – Москва: Издательский дом, 2022.

3. Иванов П.А. Будущее финансов: цифровые валюты и блокчейн. – Санкт-Петербург: Научное издательство, 2023.

4. Кривошапова С.В., Горьков А.А. Перспективы использования новых цифровых технологий в сфере управления кредитным риском и оценки кредитоспособности // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10, № 4(37). – С. 96-99. – DOI 10.26140/anie-2021-1004-0021. – EDN SVZPWU.

5. Кривошапова С.В., Федюкина Д.А. Прогнозы развития международных платежных систем // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 8(133). – С. 284-288. – DOI 10.34925/EIP.2021.133.8.052. – EDN QZOMHF.

6. Кузнецов И.В. Цифровой юань: первый шаг к будущему. – Москва: Финансовый университет, 2023.

7. Масюк Н.Н., Захарчук И.А. Blockchain как инновационная технология в бизнесе // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов: сб. материалов II международной научно-практической конференции. – Махачкала, 2021. С. 122-125.

8. Петров А.С. Криптовалюты и их роль в международных расчетах. – Москва: Финансовый аналитик, 2020.

9. Сидорова Е.А. Технологии и экономика: эстонский опыт. – Казань: Университетская типография, 2021.

10. Смирнова Л.И. Введение в блокчейн: технологии и приложения. – Екатеринбург: Уральский университет, 2021.

УДК 339.37

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ТОВАРАМИ ДЛЯ ДОМА

Е.Д. Коваленко, В.С. Киреева, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. В статье изучен стратегический анализ магазинов с товарами для дома в Приморском крае с применением таких методов, как модель пяти конкурентных сил Майкла Портера, PESTEL и SNW. Анализ внешних факторов выявляет ключевые возможности и угрозы для компании, которые показывают важность адаптации бизнес-стратегий и внедрения современных техноло-

гий. Сильные стороны компании, такие как эффективная организационная структура, эффективность использования ресурсов и финансовое состояние, способствуют ее успешной деятельности на рынке.

Ключевые слова: стратегический анализ, модель Портера, PESTEL-анализ, SNW-анализ..

STRATEGIC ANALYSIS OF THE HOME IMPROVEMENT STORE INDUSTRY

Abstract. The article examines the strategic analysis of home improvement stores in Primorsky Krai using methods such as the Five competitive forces model by Michael Porter, PESTEL and SNW. The analysis of external factors identifies key opportunities and threats for the company, which show the importance of adapting business strategies and implementing modern technologies. The company's strengths, such as an efficient organizational structure, resource efficiency, and financial condition, contribute to its success in the market.

Keywords: strategic analysis, Porter model, PESTEL analysis, SNW analysis.

Стратегический анализ предприятия включает в себя различные методы и инструменты, которые помогают оценить внутренние и внешние факторы, влияющие на бизнес. Два из наиболее известных методов – это Модель пяти конкурентных сил Майкла Портера, PESTEL-анализ и SNW-анализ.

Модель пяти конкурентных сил помогает понять, какие факторы влияют на уровень конкуренции и прибыльность в данной отрасли. PESTEL-анализ – это инструмент для оценки внешней среды бизнеса через шесть ключевых факторов: Политические, Экономические, Социальные, Технологические, Экологические и Правовые аспекты. Использование этих методов позволяет предприятиям разрабатывать более эффективные стратегии для достижения своих целей и повышения конкурентоспособности на рынке. SNW-анализ – это метод стратегического анализа, который фокусируется на внутренних аспектах компании с целью выявления ее сильных сторон, слабых сторон и потребностей. Этот метод помогает определить ключевые области для улучшения и развития бизнеса [1].

Для предприятий розничной торговли особенно важно, в современных условиях, изменяющихся внешней среды, оценивать свои конкурентные преимущества и своевременно реагировать на возникающие угрозы.

Отрасль продажи бытовой химии и товаров для дома охватывает широкий спектр продуктов, включая чистящие и моющие средства, текстиль, предметы интерьера, кухонную утварь и другие товары, необходимые для поддержания домашнего уюта и гигиены. В последние годы наблюдается рост интереса к экологически чистым и безопасным продуктам, что создает новые возможности для бизнеса [2].

Рынок бытовой химии и товаров для дома в России, и в частности в г. Владивосток, характеризуется высокой конкуренцией. В нем действуют как крупные розничные сети (например, «Леруа Мерлен», «Фикспрайс»), так и местные специализированные магазины, такие как «Зеленый остров», «Самбери», «Домовид». Конкуренция происходит на основе цен, качества продукции, ассортимента и уровня обслуживания.

Преимущества магазинов-конкурентов отличные от магазина «Зеленый остров»:

1 «Леруа Мерлен» – товарный ассортимент гипермаркетов охватывает 5 направлений: «дом», «интерьер», «стройматериалы», «ремонт», «сад». Предоставляемые услуги: доставка, пошив штор, колеровка, резка. В «Зеленом острове» отсутствуют направления – «ремонт», «стройматериалы», соответственно отсутствуют и услуги – пошив штор, колеровка, резка.

2 «Фикспрас» – магазин с преимущественно низкими ценами, небольшим ассортиментом, а также с большим количеством филиалов по всей России, что говорит о высокой узнаваемости компании.

3 «Самбери» – специализируется в основном на продуктах, но также присутствуют отделы с сезонным ассортиментом, бытовой химией, посудой, интерьером и текстилем по более доступным ценам. В отличие от «Зеленого острова» ассортимент товарной продукции в данных отделах значительно уступает.

4 «Домовид» – товарные категории совпадают, преимущество данной компании в том, что присутствуют товары других производителей.

Социально-экономический анализ отрасли «продажа бытовой химии и товаров для дома» в г. Владивосток позволяет оценить состояние и потенциал данного сегмента рынка:

Состояние рынка: в г. Владивосток присутствует достаточное количество магазинов, специализирующихся на продаже бытовой химии и товаров для дома, в том числе и магазин «Зеленый остров». Рынок предоставляет потребителям широкий ассортимент товаров, что способствует конкуренции между предприятиями [2];

Востребованность товаров: бытовая химия и товары для дома являются неотъемлемой частью повседневной жизни людей. Каждый домохозяин нуждается в чистоте, гигиене и удобстве, поэтому спрос на подобные товары стабильный и постоянный;

Степень конкуренции: в сегменте продажи бытовой химии и товаров для дома присутствует достаточно большая конкуренция. Конкурентные преимущества могут быть связаны с ценой, качеством продукции, широтой ассортимента, уровнем обслуживания и дополнительными услугами. Магазин «Зеленый остров» должен активно развивать свои конкурентные преимущества для привлечения и удержания клиентов;

Потенциал рынка: г. Владивосток является крупным городом на Дальнем Востоке России и обладает значительным потенциалом развития. Растущая экономика города и уровень жизни населения создают благоприятные условия для расширения продаж бытовой химии и товаров для дома;

Факторы риска: в отрасли могут возникать риски, связанные с изменением экономической ситуации в стране, сезонным спросом, изменением потребительских предпочтений, а также конкуренцией от других магазинов и сетевых ритейлеров;

Перспективы развития: благоприятная экономическая ситуация и востребованность товаров означают положительные перспективы для развития отрасли в г. Владивосток. Магазин «Зеленый остров» может использовать различные стратегии для улучшения своей позиции на рынке, такие как расширение ассортимента товаров, внедрение инноваций и улучшение качества обслуживания.

В целом, отрасль продажи бытовой химии и товаров для дома в г. Владивосток является перспективной и требует постоянного анализа и адаптации к изменяющимся условиям рынка.

Модель пяти конкурентных сил Майкла Портера помогает анализировать конкурентную среду в отрасли и выявлять факторы, влияющие на уровень конкуренции и прибыльность бизнеса [3].

Рассмотрим модель пяти конкурентных сил для ООО «Идея» в табл. 1.

Таблица 1

Классификация конкурентов по пяти ключевым факторам успеха

Факторы успеха	Магазины				
	Леруа Мерлен	Фикспрайс	Зеленый остров	Самбери	Домовид
Информированность потребителя	4,0	3,2	4,0	3,2	3,1
Качество товаров	4,2	3,8	4,2	3,8	3,9
Доступность товаров	3,7	2,6	3,7	2,6	2,8
Дополнительные товары	3,5	2,8	3,5	2,8	2,6
Персонал	4,3	3,3	4,3	3,3	3,9
Итого	19,7	15,7	19,7	15,7	16,3

На основе классификации конкурентов по пяти ключевым факторам успеха можно сделать следующие выводы:

1. Леруа Мерлен и Зеленый остров выделяются на фоне остальных магазинов, получив одинаковую высокую оценку в 19,7 баллов. Это говорит о том, что они обеспечивают высокий уровень информированности потребителей, качество товаров и персонала.

2. Фикспрайс и Самбери имеют схожие результаты, находясь в нижней части таблицы с общими итогами 15,7 баллов. Это указывает на необходимость улучшения в области доступности товаров и качества.

3. Домовид показывает близкие результаты к магазинам с низкими оценками, что может свидетельствовать о необходимости пересмотра стратегии и улучшения качества предлагаемых услуг и товаров.

Таким образом, можно заключить, что для достижения успеха в конкурентной среде критически важно поддерживать высокий уровень информированности потребителей, качества товаров и обслуживания.

Модель пяти конкурентных сил Портера позволяет оценить конкурентную среду в отрасли и выявить ключевые факторы, влияющие на конкурентоспособность компании [4]. Для магазина «Зеленый остров» в г. Владивосток, который специализируется на продаже бытовой химии и товаров для дома, модель может быть представлена следующим образом:

1. Угроза новых участников:

– факторы: низкий барьер входа для новых игроков в рынок бытовой химии и товаров для дома. Однако наличие крупных игроков (таких как Леруа Мерлен и Фикспрайс) создает определенные сложности для новых компаний;

– оценка: средняя угроза новых участников, так как новые компании могут войти на рынок, но столкнутся с конкуренцией со стороны уже устоявшихся брендов.

2. Угроза заменителей

факторы: существуют альтернативные продукты (например, экологически чистые средства, самодельные чистящие средства), которые могут заменить традиционные товары. Потребители могут перейти на более безопасные или дешевые варианты;

оценка: высокая угроза заменителей, так как потребительские предпочтения меняются в сторону экопродукции и более доступных решений.

3. Сила покупателей

факторы: покупатели имеют широкий выбор среди различных магазинов и брендов, что дает им возможность выбирать наилучшие предложения по цене и качеству. Также растет осведомленность потребителей о качестве и экологичности товаров;

оценка: высокая сила покупателей, так как они могут легко переключаться между конкурентами, если не будут удовлетворены ценой или качеством.

4. Сила поставщиков

факторы: рынок поставщиков в данной отрасли может быть фрагментирован, но крупные производители бытовой химии могут иметь значительное влияние на цены и условия поставок. Наличие альтернативных поставщиков может снизить силу отдельных поставщиков;

оценка: средняя сила поставщиков, так как существует возможность выбора между разными производителями, но крупные бренды могут диктовать условия.

5. Конкуренция среди существующих игроков

факторы: высокая конкуренция среди крупных игроков (Леруа Мерлен, Фикспрайс, Самбери и др.) и местных магазинов, таких как «Зеленый остров». Конкуренция ведется на основе качества товаров, ценовой политики и уровня обслуживания;

оценка: высокая конкуренция, так как многие компании предлагают схожие товары и услуги, и борьба за потребителя ведется на нескольких фронтах.

Преимущества ООО «Идея» магазин «Зеленый остров» в г. Владивосток, специализирующегося на продаже бытовой химии и товаров для дома:

ООО «Идея» магазин «Зеленый остров» предлагает широкий выбор товаров в категории «текстиль», «домашняя утварь» и «предметы для интерьера» товаров для дома по сравнению с другими магазинами.

Качество и выбор: у ООО «Идея» отличная репутация. Компания предлагает товары высокого качества и широкий выбор различных брендов и типов товаров для дома. Это привлекает покупателей, которые ценят разнообразие и качество товаров.

Обслуживание клиентов: «Зеленый остров» обладает лучшим пониманием потребностей покупателей и предлагает индивидуальное обслуживание, помогая покупателям выбрать наиболее подходящие продукты для их специфических потребностей.

Локальное присутствие: «Зеленый остров» удобно расположен для местных покупателей, что повышает удобство при совершении покупок и получении необходимых товаров для дома.

У магазинов «Зеленый остров» бесплатная большая парковка, что для г. Владивостока является главным критерием для покупателей при выборе магазина для домашнего интерьера.

В таблице 2 представим PESTEL-анализ [4] для ООО «Идея».

Таблица 2

PESTEL-анализ для ООО «Идея»

Фактор	Описание	Оценка (1-5)
Политические	Стабильность политической ситуации в стране. Наличие государственных программ поддержки малого и среднего бизнеса. Регулирование торговли и налогообложение	4
Экономические	Уровень инфляции и покупательной способности населения. Конкуренция на рынке розничной торговли. Изменение цен на сырье и товары	3
Социальные	Изменение потребительских предпочтений (например, рост интереса к домашней утвари). Уровень жизни и доходов населения. Демографические изменения (например, старение населения)	4
Технологические	Развитие онлайн-торговли и цифровых технологий. Использование новых технологий в логистике и управлении. Внедрение автоматизации процессов	5
Экологические	Увеличение внимания к экологии и устойчивому развитию. Нормативные акты, касающиеся экологии и утилизации отходов. Потребительский спрос на экологически чистые продукты	4
Правовые	Изменения в законодательстве, касающемся торговли и защиты прав потребителей. Лицензирование и сертификация товаров. Нормы и правила, касающиеся трудовых отношений	3

PESTEL-анализ ООО «Идея» выявил благоприятные условия в технологической и экологической сферах (оценка 5 и 4 соответственно), а также относительно стабильную политическую и социальную обстановку (оценка 4). Экономические и правовые факторы оцениваются ниже (оценка 3).

SNW-анализ помогает выявить внутренние и внешние факторы, влияющие на бизнес. На основе SNW-анализа можно оценить, на каких участках компания отстаёт от конкурентов и насколько, в каких позициях опережает их. На его основе строится дальнейший план развития компании. Основная задача – выявить сильные стороны компании и минимизировать слабые [5]. Рассмотрим его для магазина «Зеленый остров» ООО «Идея», занимающегося розничной торговлей в не специализированных магазинах в табл. 3.

Таблица 3

SNW-анализ ООО «Идея»

Описание фактора	Качественная оценка		
	S – сильная сторона	N – нейтральная сторона	W – слабая сторона
Стратегия			+
Организационная структура	+		
Финансовое состояние	+		
Конкурентоспособность продукции		+	
Структура затрат		+	
Система продаж		+	
Эффективность использования ресурсов	+		
Эффективность использования персонала		+	
Корпоративная культура		+	
Уровень конфликтности		+	
Психологический климат		+	

В целом, ООО «Идея» демонстрирует устойчивую позицию на рынке с возможностями для оптимизации и повышения эффективности в определенных областях. К примеру, сбыт и маркетинг: анализ потребностей клиентов и оптимизация каналов сбыта для повышения продаж. Компания имеет все шансы на успешное развитие в условиях динамичного рынка, если будет активно использовать свои сильные стороны и возможности, одновременно минимизируя влияние слабых сторон и угроз. Постоянный анализ рынка и адаптация к его изменениям будут способствовать укреплению позиций магазина «Зеленый остров» и повышению его конкурентоспособности.

В заключении детально разберем влияние методов стратегического анализа, таких как Модель пяти конкурентных сил Майкла Портера, PESTEL-анализ и SNW-анализа на предприятия розничной торговли. Они помогают компаниям понять свою позицию на рынке и оценить конкурентоспособность. Рассмотрим эти методы:

Модель пяти конкурентных сил Майкла Портера – позволяет анализировать конкурентную среду в отрасли, включает в себя пять сил: угрозу новых участников, угрозу заменителей, влияние покупателей, влияние поставщиков и уровень конкуренции среди существующих игроков. Для розничной торговли это играет особую роль, так как рынок перенасыщен конкурентами, и понимание этих сил помогает определить стратегию ценообразования, ассортимент товаров и маркетинговые подходы. PESTEL-анализ может существенно отразиться на развитии розничной торговли. Данный анализ помогает предвидеть эти изменения и адаптировать стратегию компании. Внутренние аспекты компании, которые мы анализировали с помощью SNW-анализа, для розничной торговли могут включать оценку качества обслуживания клиентов, эффективности логистики или уникальности предложения. Они позволят улучшить внутренние процессы и повысить конкурентоспособность компании.

Применение этих методов стратегического анализа помогает предприятиям розничной торговли понимать свою текущую позицию на рынке и разрабатывать долгосрочные стратегии для устойчивого роста и развития, что особенно актуально в условиях быстро меняющейся рыночной среды и растущей конкуренции.

-
1. Стратегический анализ: полезный гид по разным методикам. – URL: <https://www.byyd.me/ru/blog/2019/10/guide-to-strategic-analysis/>
 2. Борискина Т.Б., Пескова О.С. 454 вопроса по менеджменту: учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 100 с. – Текст: электронный. – URL: https://infra-m.ru/catalog/upravlenie_menedzhment/454_voprosa_po_menedzhmentu_2/
 3. Алешина О.Г., Веремеенко О.С., Суслова Ю.Ю. Маркетинг: учебное пособие. – Красноярск: СФУ, 2021. – 214 с. – Текст: электронный. – URL: <https://bik.sfu-kras.ru/elib/view?id=BOOK1-%D0%91%D0%91%D0%9A65.29%2F%D0%9C+266-750217920>
 4. Гуськов Ю.В. Основы менеджмента: учебник. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 263 с. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=349438>
 5. Егоршин А.П. Основы менеджмента: учебник. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 350 с. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=433352>

УДК 336.6

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.М. Колпакова, бакалавр
Н.С. Самарина, канд. экон. наук, доцент

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Актуальность теоретических основ финансового анализа определяется необходимостью тщательного изучения процессов управления финансовыми ресурсами организаций. В современных условиях, характеризующихся высокой степенью неопределенности и конкурентной борьбой, умение эффективно оценивать и прогнозировать финансовое состояние компании становится решающим фактором её устойчивости и конкурентоспособности. Финансовый анализ предоставляет возможность выявлять как сильные, так и слабые стороны предприятия, разрабатывать страте-