

2.2. АДАПТАЦИЯ МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЛЯ СФЕРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Синянская Е.Р., к.э.н., доцент,
кафедра Учета, анализа и аудита;
Савостина О.В., к.э.н., доцент,
кафедра Учета, анализа и аудита;;
Дубцова В.Э., магистрант,
кафедра Учета, анализа и аудита;

*Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург*

В статье рассматриваются возможности адаптации методов стратегического анализа к учетно-аналитической деятельности организаций розничной торговли. Изучены современные тенденции изменения самого понятия «розничная торговля», связанные с дифференциацией этого вида деятельности на активно развивающиеся крупные сетевые компании и организации малого бизнеса, между которыми усиливается внутриотраслевая конкуренция. Систематизированы критерии, позволяющие идентифицировать понятие «розничная торговля» с учетом совокупности влияния традиционных и вновь возникающих классификационных признаков, отражающих основные социально-экономические аспекты. Разработан алгоритм оценки факторов внутренней и внешней среды, повышающий эффективность применения элементов стратегического планирования и анализа в сфере розничной торговли.

Литература

1. Баженов О.В. Методика формирования прогнозных данных на основе результатов стратегического анализа (на примере предприятий медной промышленности) [Текст] / О.В. Баженов // Вестн. УРФУ: Сер.: Экономика и управление. – 2015. – Т. 14 ; №3. – С. 413-431.
2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: бюджетирование в системе управленческого учета малого бизнеса: методика и организация постановки [Текст]: учеб. / М.А. Вахрушина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 140 с.
3. Зенкина И.В. Анализ стратегических разрывов как инструмент стратегического анализа и потенциал его применения в стратегическом управлении организацией [Текст] / И.В. Зенкина // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – №4. – С. 107-112.
4. Илышев А.М. и др. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России [Текст] / А.М. Илышев, Н.Н. Илышева, Т.С. Селевич. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 480 с.
5. Илышева Н.Н. и др. Учет и финансовый менеджмент: концептуальные основы [Текст]: учеб. пособие / Н.Н. Илышева, С.И. Крылов, Е.Р. Синянская. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2018. – 164 с.
6. Лукина Е.Л. Интегральный стратегический анализ деятельности технического вуза [Текст] / Е.Л. Лукина // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – №5. – С. 21-26.
7. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент: понятие, концепции, инструменты принятия решений [Текст]: справ. пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 320 с.
8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. Режим доступа: <http://gks.ru>.
9. Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе [Текст] / Фляйшер Крейг, Бенсуссан Бабетт ; пер. с англ. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. – 544 с.
10. Юрьева Л.В. и др. Стратегический управленческий учет для бизнеса [Текст]: учеб. / Л.В. Юрьева, Н.Н. Илышева, А.В. Караваева, А.Н. Быстрова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 336 с.

Ключевые слова

Стратегический анализ; розничная торговля; факторы внутренней и внешней среды; конкурентные преимущества.

Синянская Елена Рудольфовна

Савостина Ольга Викторовна

Дубцова Владислава Эдуардовна

РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы обусловлена тем, что стратегический анализ находит все наибольшее применение в управленческой деятельности организаций, в том числе и в сфере торговли. При этом требуется проведение дальнейших исследований в данном направлении, а именно для розничной торговли как наиболее активно развивающегося сектора экономики, одновременно затрагивающего и социальные аспекты. Соответственно необходима адаптация методов оценки и стратегического анализа факторов внешней и внутренней среды, что даст возможность повысить эффективность долгосрочного планирования и мониторинга выполнения управленческих решений для организаций розничной торговли.

Научная новизна и практическая значимость. В статье проведен анализ значимости влияния внешних и внутренних факторов на стратегическое планирование торговых организаций, в результате которого выявлено, что наиболее существенное воздействие оказывает совокупность внешних факторов федерального и регионального уровня. В результате исследования предложен алгоритм оценки факторов внешней и внутренней среды для целей стратегического планирования субъектов хозяйственной деятельности в розничной торговле.

Заключение: Рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Юрьева Л.В., д.э.н., доцент, профессор кафедры учета, анализа и аудита, ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург.