

БІЗНЕС-АНАЛІЗ ЯК ІНФОРМАЦІЙНА ОСНОВА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Соболев В.Л., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Жегус О.В.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Умови розвитку ринку роздрібною торгівлі, зростання кількості каналів продажу, зміни вимог та поведінки покупців, активізація діяльності конкурентів, динамічність макросередовища та інші тенденції призводять до зростання обсягу необхідної інформації для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень, яка до того ж має оброблятися та аналізуватися. За цих умов актуалізується проблема належного її збору, структурування, аналізу та підготовки до використання у процесі управління маркетинговою діяльністю. Вирішення даної проблеми знаходиться у площині заміни традиційних, більш простих систем обліку й управління операційною діяльністю на підприємствах роздрібною торгівлі на сучасні інформаційно-аналітичні інструменти для його управління, аналізу й розвитку. Саме бізнес-аналіз, який у загальному вигляді можна представити як систему, що включає наступні напрями аналізу: оперативний, фінансовий, організаційний, маркетинговий, інвестиційний, є інструментом об'єктивного оцінювання внутрішніх й зовнішніх організаційних відносин.

Основна мета бізнес-аналізу – орієнтація управлінського процесу на досягнення цілей, що стоять перед підприємством, за рахунок зміщення акценту з діагностики минулого на прогноз майбутнього, відстеження дії внутрішніх і зовнішніх факторів, інформаційної та консультативної підтримки прийняття управлінських рішень, зокрема маркетингових. На підприємствах роздрібною торгівлі у сучасних мовах, які обумовлюють необхідність перегляду маркетингової стратегії, особливого значення набуває стратегічний аналіз, який дозволить уточнити маркетингові цілі, здійснити планування маркетингової діяльності та обрати при цьому оптимальні маркетингові інструменти.

Основними завданнями бізнес-аналізу як основи управління маркетинговою діяльністю підприємства роздрібною торгівлі є визначення параметрів, індикаторів та показників аналізу, проведення відповідних процедур оцінювання, виявлення причин відхилень у разі їх виникнення та розробка рекомендацій.