

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАТИСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

**Гальцева С.П., гр. Б-18**

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

Основною метою статистичного дослідження ринку є інформаційне забезпечення управління розвитком асортименту і якості товарів та послуг відповідно до споживчих вимог, збалансованістю попиту і пропозиції.

У ході аналізу ринку використовують інформацію про стан і поповнення товарного асортименту, товарних запасів, виконання заявок і замовлень промисловості, виробничі програми підприємств, проведення оптових ярмарок, товарні біржі, товарооборот і його товарне забезпечення, ефективність рекламної діяльності щодо формування потенційних покупців нових товарів і т. ін.

Вирізняють такі джерела інформації:

– офіційна державна статистика – про економічні, соціальні, демографічні процеси, явища, які дозволяють оцінити стан ринку і вплив на нього окремих факторів;

– відомча статистика – про стан, розвиток і результати діяльності конкретних міністерств, відомств, підвідомчих підприємств і організацій щодо поставок, задоволення заявок і замовлень, які можуть обґрунтувати потреби ринку;

– дані вибіркового обстеження і опитувань населення для одержання відомостей, яких немає в офіційній і відомчій статистиці, про споживання, оцінку споживчих якостей виробів, ступінь і характер незадоволеного попиту населення і т. ін.;

– опитування населення і споживачів – сукупність відповідей респондентів на певне коло запитань щодо думки населення про асортимент і якість товарів та послуг у формі споживчих оцінок;

– панелі обстеження – вивчення думки і поведінки споживачів на основі інформації, яку дістають від порівняно постійних сукупностей (панелей) споживачів, які являють собою мікромодель структури населення даного регіону.

Крім того, опитують спеціалістів торгівлі і промисловості (наприклад, про рух товарів, попит на товари та послуги); дають експертні оцінки (про ступінь збалансованості ринку, перспективи розвитку асортименту, пріоритети окремих економічних рішень) тощо.

## ТОВАРООБОРОТ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ: СУТЬ, ОСОБЛИВОСТІ, НАПРЯМИ АНАЛІЗУ

**Гордиченко А.І., гр. Б-28**

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Н.Б. Кащена**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Оптова торгівля активно впливає на обсяг і асортимент виробленої продукції, вимагає заміни випуску товарів, що не користуються попитом, на товари, потреби в яких задовольняються не повністю, домагається поліпшення якості та розширення асортименту виробів. Оптова торгівля має право припиняти приймання і повертати промисловості товари низької якості, що змушує промислові підприємства покращувати їх споживчі властивості.

Оптовий товарооборот – продаж товарів народного споживання і виробничого призначення для подальшої реалізації населенню, а також поставка для позаринкових споживачів та експорту. Оптовий товарооборот відображає перехід товарів зі сфери виробництва в сферу обігу та їх рух всередині сфери обігу.

Метою аналізу товарообороту є оцінка положення оптового підприємства на ринку та обсягу даного виду діяльності з позиції отримання необхідного прибутку.

В процесі аналізу оптового товарообороту:

– по-перше, досліджують процес реалізації в розрізі покупців, ступінь задоволення їх потреб і оцінюють рівень конкуренції і яке місце займає оптове підприємство на товарних ринках, які плани воно має в майбутньому періоді;

– по-друге, виконують аналіз джерел закупівель, правил відбору за визначеними критеріями постачальників товарів, вироблення заходів щодо активізації закупівель, умов разових і постійних закупівель, концентрації і розпорошення замовлень, вивчають політику цін, здійснюють контроль за надходженням товарів.

Головним для підприємства є визначення потреб оптових покупців, встановлення постійних зв'язків і знаходження джерел придбання товарів з метою повного задоволення зазначених потреб.

Одне з основних умов успішного виконання плану і високих темпів зростання оптового товарообігу – правильна організація оперативного аналізу його розвитку.

Застосування ЕОМ дозволяє автоматизувати оперативний аналіз відвантаження товарів, оптового товарообігу, руху товару.