

ПОСТКРИЗОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Перадзе К.А., гр. ГРС-49

Науковий керівник – доц. **Н.М. Смольнякова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Дослідження споживчого ринку в умовах трансформації економіки та динамічних глобалізаційних процесів є надзвичайно актуальним. Це зумовлено тим, що на споживчому ринку переплітаються ключові інтереси населення і виробників кінцевої продукції. Він є механізмом інтенсивного зворотного стимулюючого впливу споживчого виробництва на весь комплекс галузей економіки й на соціально-економічну ситуацію. Його випереджаючий розвиток є передумовою прискорення темпів економічного зростання.

На сучасному етапі, після стагнації та значного зниження обсягу роздрібного товарообороту, в 2010-2011 рр. на споживчому ринку спостерігаються такі позитивні тенденції: економічне зростання; підвищення рівня розвитку національного капіталу та налагодження більш тісної взаємодії промислового й торговельного підприємництва; збільшення рівня доходів і заробітної плати населення, наявність конкурентних переваг на ринку в цілій низці вітчизняних товаровиробників та ін. Однак, незважаючи на наявні позитивні зрушення, вітчизняний споживчий ринок розвивається доволі суперечливо і має деякі негативні тенденції. Так, сучасний український споживчий ринок за своєю місткістю став (2009-2010 рр.) на одному рівні з ринками багатьох західноєвропейських країн, але видатки на роздрібні покупки однієї особи в кілька разів менші, ніж в цих країнах. Менш прогресивною є і структура витрат домашніх господарств на придбання продуктів харчування. В структурі товарообороту – незначна частка обороту ресторанного господарства та низькі темпи його зростання. В сфері послуг – збільшення розриву між попитом і виробничими можливостями сфери послуг. Насичення українського споживчого ринку досягається здебільшого за рахунок імпортних поставок. Нарощування рівня тінзації споживчого ринку, особливо в сфері торгівлі, нерухомості, грального бізнесу, ресторанного господарства. Значна частка низькоякісних, сфальсифікованих товарів в загальному обсязі продажу. Таким чином, особливості та суперечності функціонування й розвитку споживчого ринку в Україні вимагають розробки стратегічних пріоритетів щодо посилення його ролі у формуванні соціально-орієнтованої національної економіки.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Полоз О.М., гр. ЕЗ-56м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.М. Шинкар**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Процес управління є інформаційною, тобто комунікативною, системою зі збирання, передачі, обробки та зберігання інформації про об'єкт управління. Інформація, яка надходить від окремих підсистем у систему управління, переробляється, і тут також виробляються керуючі сигнали для окремих елементів. Таким чином, інформація – необхідний елемент управління, а без управління неможлива доцільна поведінка будь-якої системи.

Трапляються випадки подання службовими особами підприємства недостовірних відомостей користувачам з метою приховати дійсний фінансовий стан на підприємстві, а саме стійку фінансову неспроможність, викликавши у кредитора враження про нормальний фінансовий стан підприємства. Недостовірні відомості можуть бути подані як у письмовій (шляхом надання документів), так і в усній формах (шляхом надання відповідей на поставлені представниками кредитора запитання).

З вище наведеного випливає, що достовірність інформації про фінансовий стан підприємства та правильна його оцінка за сучасних умов господарювання не тільки конче потрібна для його керівництва і власників з метою оперативного і стратегічного управління активами і пасивами підприємства, досягнення високих кінцевих фінансових результатів, забезпечення фінансової стабільності і належного іміджу підприємства, але має бути доступною і для інвесторів, партнерів, кредиторів та державних органів, які є учасниками ринкових відносин, що регулюються державним законодавством. Отже, формування ефективного інформаційного забезпечення оцінки фінансового стану підприємства є важливим аспектом управління підприємством.

За результатами досліджень зроблено висновки, що фінансова звітність – головне джерело інформації, що необхідна для оцінювання фінансового стану. Визначення основних критеріїв, що відрізняють інформацію від сукупності наявних даних і проведення критичного оцінювання звітності підприємства, обґрунтували необхідність використання фінансової звітності при проведенні оцінки фінансового стану з метою сприяння досягненню загальної мети діяльності підприємства.