

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ЯК ОСНОВОПОЛОЖНИЙ ПРИНЦИП УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Дві останні можливо визначити, як групу менеджменту та маркетингу. Допоміжними системами можуть бути системи диверсифікації, наприклад, запровадження не властивої діяльності для даної організації.

Зв'язок між функціями, які повинні здійснюватись та інформаційними потоками визначається тим, що певна організаційна система має таку побудову структури, яка дозволяє виконувати наступні завдання:

1. Управляти власними входами системи.
2. Управляти своїм власним виробництвом.
3. Перевіряти та виправляти, у разі необхідності, структуру системи та організацію її роботи.

Таку модель можливо застосовувати для демонстрації більшості прикладів, що виникають у певній підприємницькій діяльності. В управлінській діяльності, теорія систем розглядає управління як засіб збільшення гнучкості роботи системи й, крім цього, як засіб, який дозволяє уникнути планування у тих випадках, коли невідомі змінні величини, які впливають на роботу системи, що є важливим з огляду на нестабільність національної економічної системи.

Висновки. Таким чином, створення загальних для усіх частин системи, наприклад, сукупних виробничих, фінансових, організаційних та інших видів відносин, які визначають відтворення як основу економічних процесів, повинно поліпшити інтеграцію в економічній системі та удосконалити ефективність роботи будь-якої системи в цілому.

За допомогою інформаційних технологій, як управлінського важелю можливо впливати на темпи та напрями господарської діяльності суб'єктів підприємництва з метою їх економічного розвитку, використовувати їх для прогнозування і передбачення стану усієї національної економіки, стимулювати економічне зростання у процесах відродження держави.

Джерела та література:

1. Виханский О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Гардарики, 2002. – 258 с.
2. Власюк В. Є. Важелі управлінських впливів на проведення фінансово-кредитної політики : монографія / В. Є. Власюк. – Дніпропетровськ : ДНУЗТ, 2006. – 268 с.
3. Гвишиани Д. М. Организация и управление / Д. М. Гвишиани. – 3-е изд., перераб. – М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 1998. – 329 с.
4. Джонсон Р. Системы и руководство (теория систем и руководство системами) / Р. Джонсон, Ф. Каст, Д. Розенцвейг. – М., 1971. – 648 с.
5. Игнатъева А. В. Исследование систем управления : учеб. пособие для вузов / А. В. Игнатъева, М. М. Максимцов. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 154 с.
6. Кнорринг В. И. Искусство управления : учеб. / В. И. Кнорринг. – М. : Изд-во БЕК, 1997. – 288 с.
7. Нетреба І. О. Особливості організації впровадження інформаційних систем управління на підприємствах України / І. О. Нетреба // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – Вип. 201 : в 5 т. – Т. 1.– С. 76-81.
8. Саймон Г. Менеджмент в организациях / Г. Саймон, Д. Смитбург, В. Томпсон; [сокр. пер. с англ. 15-го изд.]. – М. : Экономика, 1995. – 335 с.
9. Скрипкин К. Г. Экономическая эффективность информационных систем / К. Г. Скрипкин. – М. : ДМК Пресс, 2002. – 256 с.
10. Фатфутдинов Р. А. Организация производства / Р. А. Фатфутдинов. – М. : Инфра-М, 2002. – 672 с.

Горячих М.В., Бектемирова Э.С.

УДК 31(075.8)

ЗНАЧЕНИЕ СТАТИСТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ УКРАИНСКОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

В связи с интенсивным развитием информации во всех сферах общественной жизни растёт актуальность изучения её различных процессов.

В этом плане перед органами государственной статистики возникают такие проблемы:

- изучение информационно-вычислительной деятельности производства, задействованных в нём ресурсов, эффективность их использования и др.;
- анализ рынка информационных продуктов и услуг с целью разработки на нём своей стратегии.

Цель статьи – рассмотрение роли статистики в формировании украинского рынка информационных ресурсов, а также установления цены на специфический товар – информационный продукт.

Система органов государственной статистики является основным поставщиком официальной информации, которая определяет её роль на рынке как руководящей. Развязка этих проблем зависит в первую очередь от выявления специфики информационного продукта, производителей, продавцов и условий предоставления. Следует отметить, что в 2003 г. Украина первой среди стран СНГ официально присоединилась к Специальному стандарту распространения данных МВФ, и это стало подтверждением надлежащего уровня качества и достоверности украинской статистики и соответствия её международным стандартам [1, с. 3].

В процессе сбора и предоставления необходимых сведений органы государственной статистики выполняют роль посредников между потребителями статистических данных и респондентами (предприятиями, физическими лицами, общественными организациями и другими объектами наблюдения). При этом направления информационных потоков представлены в виде схемы (рис. 1) [2, с. 23].



Рис. 1. Посредническая роль статистики в создании информационных ресурсов

Слово «информация» в переводе с латинского означает «осведомлённость», «давать сведения о чём-либо» [2, с. 24]. А *статистическая информация* – это первичный материал, формирующийся в процессе наблюдения, который затем подвергается систематизации, сводке, обработке, анализу и обобщению. Получение первичных данных является основой такого наблюдения.

Создание информации, т.е. разработка агрегированных данных, которые относятся к большому числу отчётных единиц и представлены в виде таблиц или графиков, является задачей статистических расчётов производных показателей и анализа первичных данных.

В современном обществе, основными характеристиками которого являются динамичное развитие, появление новых видов деятельности, повышение деловой активности населения, развитие частного предпринимательства, активизация роли общественных и политических организаций, международная экономическая интеграция и т.д., становится трудно обозреть и систематизировать потребности государственных и негосударственных структур в информации. Вместе с тем эти обстоятельства повышают роль статистики в управлении по всей вертикали от микро- до макроуровней, поскольку основная её задача состоит в создании для общества информационной инфраструктуры, которая должна обеспечить всем заинтересованным субъектам возможность для ориентации и анализа ситуации в экономике и социальной сфере.

Все эти явления обуславливают потребность в информации, которая:

1. становится шире по объёму и тематически, а также всё более многообразной по мере развития экономического процесса;
2. обеспечивает базу как для большого числа сводных макроэкономических расчётов, так и для получения более дифференцированных структурных данных;
3. призвана не только предоставлять содержательную информацию, но и организовать рациональную систему, использующую приемлемые для респондентов методы сбора данных и не вызывающую больших затрат.

Очевидно, что высококачественная информация опирается на достоверные, полные, сопоставимые и своевременные данные. Обеспечение их достоверности является одной из важнейших задач, которую необходимо решать на стадии организации и проведения наблюдений. Достоверность сведений определяется следующими факторами:

- квалификация специалиста-статистика;
- качество используемого статистического инструментария;
- обеспечение конфиденциальности и защиты данных,
- независимость в области методологии и нейтральности официальной статистики по отношению к государственной власти;

Квалификация специалиста-статистика оценивается уровнем его профессиональной подготовки, навыками и способностями. Качество статистического инструментария обуславливается уровнем программы наблюдения, бланков, анкет, инструкций по их заполнению. В условиях рыночной экономики интересы бизнеса требуют соблюдения «коммерческой тайны» в вопросах, касающихся производственной деятельности предприятия. В связи с этим получение достоверных данных возможно только на условиях обеспечения их защиты и конфиденциальности. В литературе и на практике деятельность по сбору, обработке данных, организации доступа к информации получила название информационно-вычислительной.

Под *информационным продуктом* понимается конечный результат процесса информационно-вычислительной деятельности, данный пользователю в вещественной или невещественной форме. Хотя пользователь в итоге получает информационный продукт, то точнее результатом такой деятельности называть услуги по сбору, обработке и передачи информации потребителю. Такой подход даёт возможность при установлении цены на этот продукт определить не стоимость информации как таковой (что практически невозможно), а стоимость самой услуги, которая связана с потраченными ресурсами и прибылью.

Рынок информационных продуктов представляет собой систему экономических, правовых и организационных отношений в торговле специфическим товаром – информационным продуктом – со своей номенклатурой, ценами, условиями и механизмами предоставления. Ознакомление с буклетами, прайс-листами и другими материалами предприятий и фирм, которые занимаются информационно-вычислительной деятельностью показывает, что многие из них предлагают клиентам как ту информацию, которую они сами накапливают и систематизируют, так и ту, которая собирается и обрабатывается другими производителями.

Среди поставщиков информации можно выделить таковых широкого профиля и тех, кто специализируется исключительно на некоторых её видах. Это может быть проведение социологических исследований, предоставление консалтинговых услуг, маркетинговое изучение определённого рынка, выпуск информационных бюллетеней заданной тематики и т.п [3, с. 72].

Возможности и спектр информационных услуг, которые предоставляются различными организациями, довольно широки. Например, фирма имеет опыт изучения нескольких сегментов рынка потребительских товаров и услуг: автомобили, бытовая техника, продукты питания, фармакология, энергетика и др. При этом используются самые различные методы опроса и сбора информации: анкетирование, фокус-группы, экспертные опросы, тестирование, desk-исследования и др.).

Изучение украинского информационного рынка, проведённое консалтинговой фирмой «Dr. Wies/Huber & Partner GmbH» показали, что сейчас около 80% юридических лиц получают информацию на коммерческих условиях [4, с.12]. Наиболее необходимой менеджеры и бизнесмены называют информацию от самих фирм и о них (прайс-листы, каталоги, бизнес-предложения, показатели производственно-хозяйственной деятельности и другие характеристики); анализ отрасли и маркетинг-информацию, сведения о приватизации, научно-технические данные, новости менеджмента, информация о банковской деятельности. С другой стороны, бизнес-новости, сведения о персоналиях, банковской деятельности имеют самые низкие оценки уровня наличия, то есть этот товар назван дефицитным. Отсюда вывод: подобная информация для бизнесменов является наиболее необходимой и одновременно недоступной. Это объясняется в основном тем, что она граничит с конфиденциальностью. Подобная информация в отношении иностранных юридических лиц, как правило, проблем не вызывает. Но в условиях «тенезации» рыночных отношений и несовершенности нормативно-правовой области сбор и обработка такой информации относительно украинских «персоналий» требуют деликатных и юридически грамотных действий.

Также отмечена высокая заинтересованность покупателя в определённых видах информации, например, в таких как юридическая сфера, аналитические осмотры отдельных рынков и отраслей. Очень важным вопросом является определение цен и условий предоставления информационного продукта. Значимость этого момента для покупателя очевидна. Однако, из-за сложности определения чёткой классификации товаров, единиц измерения, объёма, стандартов качества, условий предоставления, гарантий и ответственности требуется отдельное изучение «теневого» и «официального» информационных рынков.

Надо отметить, что некоторые информационные продукты или их отдельные фрагменты иногда предоставляются бесплатно. Чаще же цена является договорной и покупателю трудно выяснить, как она составлена, что в свою очередь на руку продавцу.

Состояние рынка информационных продуктов в Украине [5, с.58] позволяет отметить следующие тенденции:

- он является одним из наиболее динамичных в Европе и в мире, причиной чего можно считать буйное развитие рынка телекоммуникаций;
- темпы развития рынка информационных продуктов являются одновременно условием и результатом общего состояния и развития экономики страны;
- вхождение Украины в мировое общество неотъемлемо от её интеграции в одно информационное пространство и в значительной мере зависит от сроков этого процесса. Кроме того, формирование информационного рынка делает процессы реформирования экономики страны более динамичными, цивилизованными и прозрачными;
- существующие организации доступа к информации, несоответствие последней международным стандартам качества является существенным препятствием на пути иностранных инвестиций, товаров и услуг.

В этих условиях особенной становится роль системы государственной статистики, которая была и остаётся основным источником предоставления официальной научно обоснованной информации различного характера. Пользователю предоставляются каталоги изданий информационных услуг, которые содержат значительное количество позиций. Их номенклатура обусловлена основными направлениями деятельности органов Госкомстата. Для обеспечения его эффективной работы на рынке информационных продуктов осуществлён комплекс мер. Создана соответствующая структура - Госстатинформ, которая координирует указанную деятельность, проводит системный анализ её развития, организывает систему маркетинга [6, с. 10]. Установленные условия предоставления статистической информации, а именно: разработки, предусмотренные планом статистических работ, выполняются за счёт государственного бюджета, а другие объёмы – за счёт дополнительного финансирования или средств заказчиков. Это является принципиальным, так как означает, что результаты широкого списка работ, после их опубликования, пользователь может получить бесплатно (при собственноручном выписывании данных) или с минимальными затратами (на ксерокопирование или запись на электронные носители информации).

В Крыму информационные ресурсы Главного управления статистики (ГУС) включают базу данных по объектам статнаблюдений, базу сводной статинформации, Банк готовых документов. В среднем за год ГУС в АР Крым получает от респондентов и обрабатывает около 700 тыс. статистических отчётов, объём первичной информации превышает 53 млн. показателей. Его продукцией являются статистические издания разнообразной тематики и наполнения (справочники, сборники, бюллетени, экономические доклады,

оперативные экспресс-выпуски). За 2006 г. подготовлено и выпущено 330 бюллетеней различной периодичности издания, 76 статистических сборников, 97 аналитических докладов и экономических обзоров по актуальным вопросам социально-экономического развития региона, отраслей хозяйства и сфер деятельности. Для оперативного информирования органов власти и управления региона подготовлено 1,4 тыс. экспресс-выпусков. Развитие современных информационных технологий позволяет распространять статистическую информацию наряду с традиционным способом – на бумажных носителях, так и на компакт-дисках, средствами электронной связи. Такие благоприятные условия, несомненно, должны заинтересовать потребителей статистических данных: органы государственной власти и местного самоуправления, а также предпринимательские структуры, исследующие ситуацию на рынке товаров и услуг. Крупными потребителями информации являются учебные заведения и научные учреждения. Преподавание рыночных дисциплин, подготовка квалифицированных кадров для экономики и других сфер деятельности должны осуществляться с использованием современных информационных технологий и актуальной информации по региону, стране.

В Главном управлении статистики АР Крым создан информационный центр и библиотека, а электронные версии всех статистических изданий накапливаются в Банке готовых документов (БГД). Посетители могут получить консультацию и квалифицированную помощь специалистов в подборе необходимых аналитических материалов по интересующей их проблематике. Ежемесячно из Госкомстата Украины поступают комплексный доклад и бюллетень о социально-экономическом положении страны и её регионов. С актуальной статистической информацией о развитии нашей республики можно ознакомиться и на веб-сайте ГУС (crimeostat.sf.ukrtel.net).

Выводы:

1. Формирование украинского рынка информационных продуктов находится пока в начальной стадии развития и характеризуется низким уровнем структурирования, в первую очередь специализации услуг и распределения сфер деятельности.

2. Посредническая роль статистики между потребителями статистических данных и респондентами является крайне ответственной, так как органы государственной статистики являются основными источниками предоставления официальной научно обоснованной информации разного характера.

3. В Украине разработки, предусмотренные планом статистических работ, выполняются за счёт государственного бюджета, поэтому большинство полученных результатов пользователь может получить бесплатно или с минимальными затратами. Поэтому проблема установления цены на товар – «информационный продукт» - находится в области предоставления дополнительных либо специфических сведений (юридическая сфера, аналитические обзоры определённых сегментов рынка).

4. Принимая во внимание экономический и научный потенциал нашей державы, а также её географическое положение, в перспективе можно ожидать образование рынка информационных продуктов, аналогичного по значимости и прибыльности соответствующим рынкам стран Европы.

Источники и литература:

1. Сирош Н. В. Інтересна зустріч / Н. В. Сирош // Планета МСУ. – 2007. – № 4. – С. 3.
2. Статистика : учеб. посіб. / под ред. проф. М. Р. Ефимової. – М. : Инфра-М, 2005. – 336 с.
3. Макаренко Е. А. Європейська інформаційна політика : навч. посіб. / Е. А. Макаренко. – К. : Ера, 1999. – 115 с.
4. Коломієць В. В. Міжнародні інформаційні системи : підруч. / В. В. Коломієць; за ред. проф. В. П. Гондола. – К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2001. – 458 с.
5. Шамшетдинов Ю. М. Состояние информационного рынка Украины и место Госкомстата на нём / Ю. М. Шамшетдинов, Г. С. Столяров // Статистика Украины. – 2001. – № 1. – С. 57-59.
6. Опря А. Т. Статистика : навч. посіб. / А. Т. Опря. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.

Данильченко В.О.

УДК 339.33:658.86

ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ ОЦІННОГО ПРОЦЕСУ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Постановка проблеми.

Ринкова система господарювання, яка формується в Україні докорінно змінює економічне середовище функціонування підприємства та взаємовідносини між суб'єктами господарського комплексу. Сьогодні значна кількість підприємств працює на межі банкрутства, тому здатність вчасно оцінити рівень ефективності фінансово-економічної діяльності стає одним з найважливіших завдань науковців, керівників підприємств, фінансових служб та менеджерів.

Аналіз досліджень і публікацій.

В економічній літературі [1, с. 20-21, с. 68-69; 2; 3, с. 105; 4, с. 106; 5, с. 111] термін «оцінка» розглядається у двох аспектах: по-перше, це результат визначення вартості окремого об'єкта; по-друге, це процес, що реалізується за відповідних компонентів. Компонент – це складова частина певного процесу або явища [6, с. 265]. Процес – це хід, розвиток певного явища, послідовна зміна стану у розвитку певного явища [6, с. 577]. У контексті нашого дослідження оцінний процес ми розглядаємо як результат визначення