

необхідно включати ефективні методи управління, які визначаються як ресурсоощадні та впроваджуються у діяльність таких підприємств через розрахунок норм та нормативів.

З метою виживання українських промислових підприємств в ринкових умовах господарювання пропонуємо впроваджувати такі управлінські заходи:

- формувати збір, проводити аналіз з подальшою обробкою та збереженням інформації про навколишнє середовище підприємства стосовно виникнення економічних ризиків;
- впровадити в роботі підприємства методи нормування для раціонального та ефективного управління його ресурсами;
- впроваджувати практику моніторингу оцінки стану та ефективного використання обігових коштів підприємства;
- постійно вести управлінську звітність промислового підприємства на основі достовірної інформації;
- внести корективи у функціональні обов'язки окремих посадових осіб, управлінців стосовно контролю й відповідальності за використанням ресурсів, їх структури та призначення;
- застосовувати матеріальне стимулювання за зниження норм використання матеріальних ресурсів, тобто витрат на одиницю продукції;
- підвищити взаємодію всіх підрозділів підприємства стосовно раціонального використання ресурсів підприємства, особливо обігових;
- узгоджувати, координувати дії окремих підрозділів і відділів підприємств стосовно напрямків його діяльності для досягнення поставлених стратегічних завдань.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Івченко І.Ю. Економічні ризики: навч. посіб. / Івченко І.Ю. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 304 с.
2. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле / Боровкова В.А. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
3. Євтушенко Н.О. Механізми мінімізації економічних ризиків на промислових підприємствах: автореферат / Н.О. Євтушенко. – Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», 2011. – С. 5.
4. Ізмайлова К.В. Аналіз джерел формування активів / К.В. Ізмайлова // Фінанси України. – 2005. – № 8. – С. 67–74.
5. Мануйлович Ю.М. Проблеми управління оборотними засобами підприємства в сучасних умовах функціонування / Ю.М. Мануйлович // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – № 1. – С. 133.
6. Марченко О.І. Фінансові аспекти ділової активності підприємств / О.І. Марченко // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 139.
7. Філімоненков О.С. Фінанси підприємств: навч. посіб. / Філімоненков О.С. – К.: МАУП, 2003. – 288 с.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2012.

УДК 31 (075.8)

Горячих М.В., к.т.н., доцент

Симферопольский центр

Донецкого национального университета экономики и торговли имени М. Туган-Барановского

ЗНАЧЕНИЕ СТАТИСТИКИ В ФОРМИРОВАНИИ УКРАИНСКОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

В статті розглянуто розвиток українського ринку інформаційних продуктів. Також наведено фактори, які забезпечують вірогідність інформації, тому що тільки в цьому випадку отримані дані можна вважати високоякісними і своєчасними. Наведено одне з можливих трактувань терміна «інформаційний продукт» і поняття ринку таких продуктів. Порушено проблему встановлення ціни на такий специфічний товар, як інформаційний продукт.

Ключові слова: статистика, інформація, споживач, інформаційний продукт, інформаційний ресурс.

The development of Ukrainian market of information products is considered in the article. The factors, illustrating the authenticity of represented information, with the help of which received data may be considered opportune and of high quality, are shown. One of treatments of the term “information product” along with the definition of the market of such products is given. The problem of fixing of the price for such a specific product as information one is discussed.

Key words: statistics, information, consumer, information product, information resource.

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].

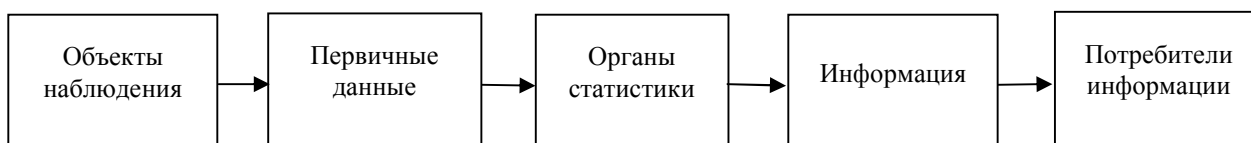


Рис. 1. Посредническая роль статистики в создании информационных ресурсов

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, но 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, информацию 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 «тенизации» 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 2011 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 – 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.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сирош Н.В. Интересная встреча / Н.В. Сирош // Планета МСУ. – 2007. – № 4. – С. 3.
2. Статистика: учеб. пособ. / под ред. проф. М.Р. Ефимовой. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 336 с.
3. Макаренко Е.А. Європейська інформаційна політика: навч. посіб. / Макаренко Е.А. – К.: Ера, 1999. – 115 с.
4. Коломієць В.В. Міжнародні інформаційні системи: підручник / Коломієць В.В.; за ред. проф. В.П. Гондола. – К.: Видавнично-поліграфічний 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. / Опря А.Т. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 472 с.

Стаття надійшла до редакції 23.02.2012.

УДК 336.144.2

Ситник Г.В., к.е.н., доцент, докторант

Київський національний торговельно-економічний університет

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ВИДІВ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ

В статье рассматриваются современные подходы к классификации видов финансового планирования, проводится их систематизация. Выделяются особенности отдельных видов финансового планирования и возможности их реализации в современной практике управления предприятием.

Ключевые слова: финансовое планирование, стратегическое финансовое планирование, текущее финансовое планирование, оперативное финансовое планирование.

In the article modern approaches to financial planning classification are reviewed and their systematization is performed. Special features of certain types of financial planning and the possibility of their realization in modern practice of enterprise management are outlined.

Key words: financial planning, strategic financial planning, current financial planning, operational financial planning.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання висувають високі вимоги до системи управління підприємством, невід'ємною складовою якою є фінансове планування. Все більша кількість підприємств реального сектору економіки усвідомлюють необхідність запровадження дієвих систем планування з метою підвищення конкурентоспроможності, забезпечення фінансової стійкості та збалансованого фінансового розвитку. В зв'язку з цим виникає нагальна потреба у вдосконаленні теоретичних та методичних засад фінансового планування, що обумовлює наукові дослідження з даної проблематики та їх актуальність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія та методологія планування довгий час була і залишається однією з центральних проблем економічних досліджень. Окрім методологічні, методичні й організаційні аспекти планування в цілому і фінансового планування, зокрема, досліджуються українсь-