

При консультуванні з питань управління іноді використовуються листи опитування, бесіда. З метою вирішення завдань з якісної та/або кількісної оцінки заданих об'єктів, побудови нових об'єктів та оцінки нових об'єктів використовують наступні види опитувань: дискусію, анкетування та інтерв'ювання, метод Дельфі.

Узагальнення і реалізація результатів маркетингового аудиту – сукупність прийомів синтезування результатів аудиту і прийняття відповідних рішень щодо виправлення недоліків і запобігання їх повторенню в майбутньому (групування недоліків і правопорушень, економічне обґрунтування, систематизація недоліків у висновку аудитора, рішень за результатами аудиту).

УДК 31.656

РОЛЬ СТАТИСТИКИ У СТВОРЕННІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ТРАНСПОРТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Ейтутіс Д.Г. (інж. Укрзалізниця)

Під *інформаційним продуктом* розуміється кінцевий результат процесу інформаційно-обчислювальної діяльності, наданий користувачу в речовинній або неречовинній формі. Хоча

користувач у результаті одержує інформаційний продукт, результатом такої діяльності виступають послуги із збору, обробки і забезпечення інформації споживачам. Такий підхід дає можливість при встановленні ціни на інформаційний продукт визначити не вартість інформації як такої (що практично неможливо), а вартість самої послуги, яка складається з вартості витрачених ресурсів і прибутку.

В процесі збору і надання статистичних даних користувачам, органи державної статистики виконують з'єднуючу роль між споживачами статистичних даних і респондентами (підприємствами, фізичними особами, громадськими організаціями та іншими об'єктами спостереження). При цьому напрями інформаційних потоків можна представити у вигляді схеми (Рис. 1):

Впровадження комплексного фінансового та управлінського обліку на всіх напрямках створює сприятливі умови для застосування наукомістких технологій підтримки управлінських рішень, зокрема статистичних та економетричних технологій прогнозування та використання спеціальних формальних методів. Обґрунтований прогноз кінцевих результатів діяльності підприємств можна використати для покращення планування роботи структурних підрозділів залізничної галузі.

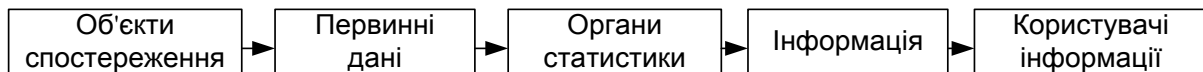


Рисунок 1 - З'єднуюча роль статистики в створенні інформаційних ресурсів

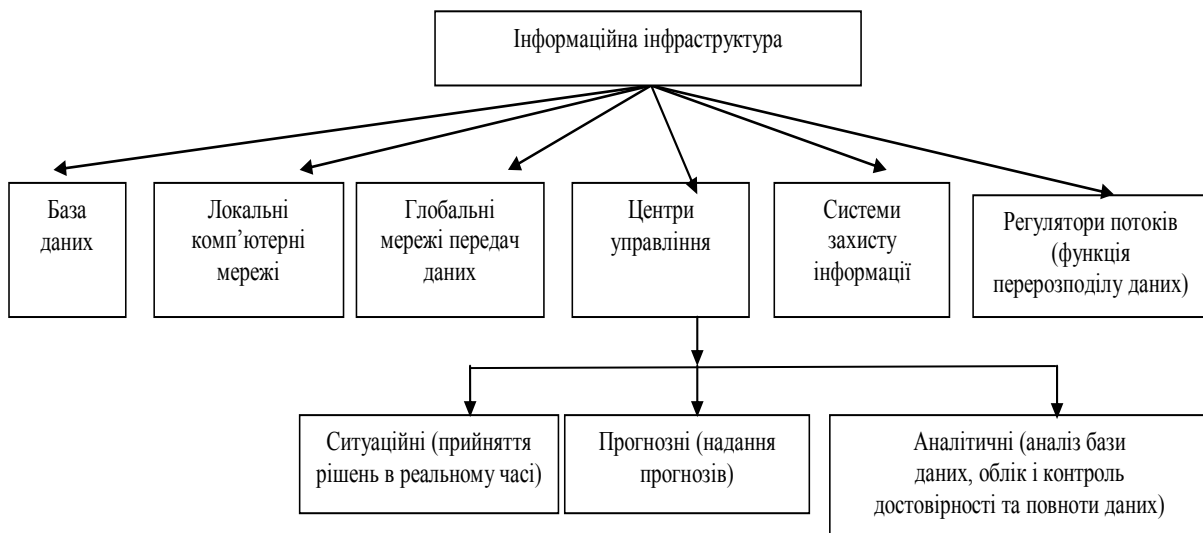


Рисунок 2 - Інформаційна структура на залізничному транспорті

В умовах, що склалися сьогодні на автоматизованій системі управління повинне залізницях України, функціонування єдиної включати п'ять комплексів (рис.3):



Рисунок 3 - Складові інформаційної технології транспортного менеджменту

Формування українського ринку інформаційних продуктів характеризується поки низьким рівнем структуризації, в першу чергу спеціалізації послуг і розподілу сфер діяльності. Але, приймаючи до уваги економічний і науковий

потенціал нашої країни, в перспективі можна чекати утворення ринку інформаційних продуктів, аналогічних по значущості і прибутковості відповідним ринкам країн Європи.