

14. Страхова діяльність страхових організацій // Газета Україна business. – 1994. – №19. – С. 3.
15. Основні показники страхова діяльність у 1999 році // Газета Україна business. – 2000. – №14. – С. 2–3.
16. Рейтингування страхових компаній // Газета Україна business. – 1999. – №42–43. – С. 2–3.
17. Про стан та тенденції розвитку страхового ринку в 1997 році // Газета Україна business. – 1998. – №18. – С. 3–4.
18. Аналітичний звіт за 1996 рік та перший квартал 1997 року // Газета Україна business. – 1997. – №23–24. – С. 3–4.
19. Цифри говорять про загальне зростання обороту // Газета Україна business. – 2000. – №2. – С. 2.
20. Статистика, виявляється, ще знає не все // Газета Україна business. – 2000. – №4–5. – С. 3.
21. Про стан та розвиток страхового ринку // Газета Україна business. – 1996. – №29. – С. 4.
22. Про стан та розвиток страхового ринку // Газета Україна business. – 1996. – №31. – С. 3.
23. Про стан та розвиток страхового ринку // Газета Україна business. – 1996. – №30. – С. 2.
24. Підсумки діяльності страхових компаній за 2010 рік. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.dfp.gov.ua/fileadmin/downloads/dpn/sk__2010.pdf
25. Консолідовані звітні дані за 2010 рік. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dfp.gov.ua/734.html>
26. Козьменко О.В. Страхування і страховий ринок: термінологія, законодавство і динаміка розвитку: монографія / О.В. Козьменко. – Суми: Ділові перспективи, 2006. – 68 с.
27. Проблеми державного регулювання страхової діяльності в Україні [Електрон. ресурс] / О.В. Козьменко – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Etp/2009_22/Koz%27menko.pdf.
28. Приказюк Н.В. Державне регулювання страхового ринку України: тенденції та перспективи розвитку // Фінанси України. – 2010. – №7. – С. 101–108.
29. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку і правил обов'язкового страхування предмета іпотеки від ризиків випадкового знищення, випадкового пошкодження або псування» від 06.04.2011 №1523 (зі змінами та доповненнями) [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=358-2011-%EF>
30. Долгошея Н.О. Страхування в запитаннях та відповідях: Навчальний посібник [Електрон. ресурс] / Н.О. Долгошея – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 318 с. – Режим доступу до вид.: http://ebooktime.net/book_140_glava_17_16.html

Ю.Г. КОВАЛЬСЬКА,
к.е.н., Європейський університет

Сутність та значення інформаційного забезпечення комерційно-посередницької діяльності підприємств у сучасних ринкових умовах

У статті розглядається інформаційне забезпечення комерційно-посередницької діяльності фірми, що є процесом задоволення потреб керівників й працівників, яке базується на застосуванні спеціальних методів і засобів її одержання, обробки, мета використання якої полягає у зменшенні невизначеності в процесі прийняття комерційно-посередницьких і управлінських рішень.

Ключові слова: джерела інформації, інформаційне забезпечення комерційно-посередницької діяльності, управлінські рішення, склад поняття «інформаційне забезпечення», моніторинг даних, переваги інформації, рух інформаційних потоків, вимоги інформаційного забезпечення комерційно-посередницької діяльності, інформаційні потреби керівників і працівників, система і функції інформаційного забезпечення комерційно-посередницької діяльності.

В статье рассматривается информационное обеспечение коммерческо-посреднической деятельности

фирмы, что является процессом удовлетворения потребностей руководителей и работников, которое базируется на применении специальных методов и средств ее получения, обработки, цель использования которой заключается в уменьшении неопределенности в процессе принятия коммерческо-посреднических и управленческих решений.

Ключевые слова: коммерческо-посредническая деятельность, управленческие решения, источники информации, мониторинг данных, преимущества информации, система и информационного обеспечения коммерческо-посреднической деятельности.

In the article the informative providing is examined commercially – intermediary activity of firm which is the process of satisfaction of necessities of leaders and workers, which is based on application of the special methods and facilities of its receipt, treatment, the purpose of the use of which consists in diminishing of vagueness in the process

of acceptance commercially – intermediary and administrative decisions.

Постановка проблеми. Комерційно–посередницька діяльність інтегрує в собі численні функції і завдання, реалізація яких багато в чому забезпечує товарний обіг, де головна роль належить інформаційному забезпеченню.

У сучасних ринкових умовах інформаційне забезпечення неможливе без його основних складових елементів, таких як джерела інформації, моніторинг даних, переваги інформації, рух інформаційних потоків, вимоги інформаційного забезпечення комерційно–посередницької діяльності, інформаційні потреби керівників і працівників, система і функції інформаційного забезпечення комерційно–посередницької діяльності та ін.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Досить вагомими дослідженнями в галузі інформаційного забезпечення комерційно–посередницької діяльності підприємств у сучасних ринкових умовах являються праці вітчизняних та зарубіжних вчених економістів, таких як: Ю.А. Аванесов, А.Н. Клочко, Е.В. Васькин, І.Т. Балабанов, І.А. Бланк, Е.В. Бикова, В.С. Стоянова, М.М. Єрмошенко, О.А. Новикова, В.В. Щербаківа, А.В. Зирянова, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко, Л.І. Воротіна, Л.А. Мартинюк, Т.В. Черняк, Л.В. Осипова, І.М. Синяєва, Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина, Ф.П. Половцева, Б.І. Синецький.

Мета статті. Розглянути інформаційне забезпечення комерційно–посередницької діяльності фірми, яке є процесом задоволення потреб керівників й працівників, що базується на застосуванні спеціальних методів і засобів її одержання, обробки, мета використання якої полягає в зменшенні невизначеності в процесі прийняття комерційно–посередницьких і управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу. В сучасних ринкових умовах комерційна інформація, яка являється важливим та ключовим ресурсом здійснення комерційно–посередницької діяльності, передбачає наявність, по–перше, джерела інформації і, по–друге, її отримувача. Процес взаємодії між ними складає сутність інформаційного забезпечення. Іншими словами, інформаційне забезпечення комерційно–посередницької діяльності фірми є процесом задоволення потреб керівників і конкретних працівників в комерційній інформації, який базується на застосуванні спеціальних методів і засобів її одержання, обробки, накопичування і передачі їм у зручному для користування вигляді. Мета використання комерційної інформації полягає в зменшенні невизначеності в процесі прийняття комерційно–посередницьких і управлінських рішень [6].

До складу поняття «інформаційне забезпечення» включаються:

- склад інформації, тобто сукупність інформаційних одиниць або інформаційних блоків (показники діяльності посередницької організації та індикатори, які характеризують

зовнішнє середовище, документи, дані бухгалтерського обліку тощо), які необхідні для вирішення комерційно–посередницьких або управлінських цілей;

- структура інформації та інформаційних потоків і правила їх перетворення (обробки) – методи побудови і розрахунку показників (індикаторів), документів, агрегації і декомпозиції інформаційних одиниць і блоків, відповідної обробки інформації для надання її споживачу;

- сукупність характеристик руху інформації, тобто кількісної оцінки потоків інформації (обсяг, інтенсивність, частота оновлення, тривалість зберігання, часові проміжки надходження), визначення маршрутів проходження переробленої інформації у вигляді документів, побудова схем обороту інформаційних одиниць або блоків на підприємстві;

- результати оцінки якості інформації по наведених вище характеристиках (релевантність, достовірність, комплексність, оперативність тощо);

- способи переробки інформації, а саме, методи відбору, моніторингу, доставки, розподілу інформації серед користувачів, схеми забезпечення обробленою інформацією усіх підрозділів посередницької фірми.

У загальному плані інформаційне забезпечення комерційно–посередницької діяльності включає моніторинг даних (їх постійне відстеження і пошук), отримання, обробку (перетворення), накопичення і використання (передачу) вихідної інформації. Всі ці стадії роботи з інформацією носять логічний характер і тому обумовлюють рух інформаційних потоків на комерційно–посередницькій фірмі. В процесі інформаційного забезпечення визначаються насамперед склад і структура необхідної інформації [9].

Вихідною і основною стадією вважається пошук, моніторинг і збирання даних. Від результатів виконання цієї стадії залежить якість інформації по багатьох її характеристиках. Збирання інформації в системі постійного моніторингу і зберігання комерційних даних займає значне місце серед сукупності комерційних операцій, оскільки пов'язане з різними за характером джерелами інформації. Тому перш ніж розпочати поточне спостереження в рамках комерційно–посередницької діяльності слід визначити мету дослідження (аналізу) і чітко окреслити коло питань, по яких необхідно шукати і накопичувати інформацію.

На цьому етапі комерційна інформація має готуватися у вигляді баз даних, під якими слід розуміти структурно організовані, але неопрацьовані масиви показників (індикаторів), що характеризують стан середовища посередницької фірми (внутрішнього і зовнішнього). Наступним етапом підготовки комерційної інформації є аналітичне опрацювання і накопичення сукупності даних, які вже придатні для конкретного використання. Наявність і використання комерційної інформації надає можливість приймати відповідні рішення на будь–яких рівнях управління посередницьким підприємством [10].

У результаті такої попередньої обробки інформації вона стає інтегрованою і тому має певні переваги:

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

– розрізнені інформаційні потоки і блоки поєднуються в єдиний інформаційний масив, що надає можливість його багаторазового і повного використання;

– зменшується ймовірність помилок, які можуть припуститися в процесі обробки інформації;

– зростає швидкість обробки і обміну інформацією між різними блоками інформаційного масиву, а в разі необхідності і з іншими підприємствами і органами державної влади;

– збільшується ефективність використання вихідної інформації за рахунок і неодноразового використання, і комплексності інформаційного масиву.

У більш конкретному плані інформаційне забезпечення комерційно–посередницької діяльності фірми має відбуватися за таким алгоритмом:

– визначення інформаційних потреб, достатніх для моніторингу на постійній основі стану оточуючого середовища, підприємства в цілому і самої комерційної діяльності;

– встановлення першоджерел загальної інформації щодо стану оточуючого середовища, рівня її ефективності функціонування підприємства і його комерційної діяльності;

– збирання даних і передача їх для наступної обробки;

– оцінка достовірності, повноти і своєчасності надання інформації;

– попередня обробка отриманої інформації і накопичення її в базах даних (єдиній інформаційній базі або інформаційній системі);

– аналітична обробка баз даних і виявлення конкретних загроз з боку оточуючого середовища і загроз діяльності всередині самого підприємства;

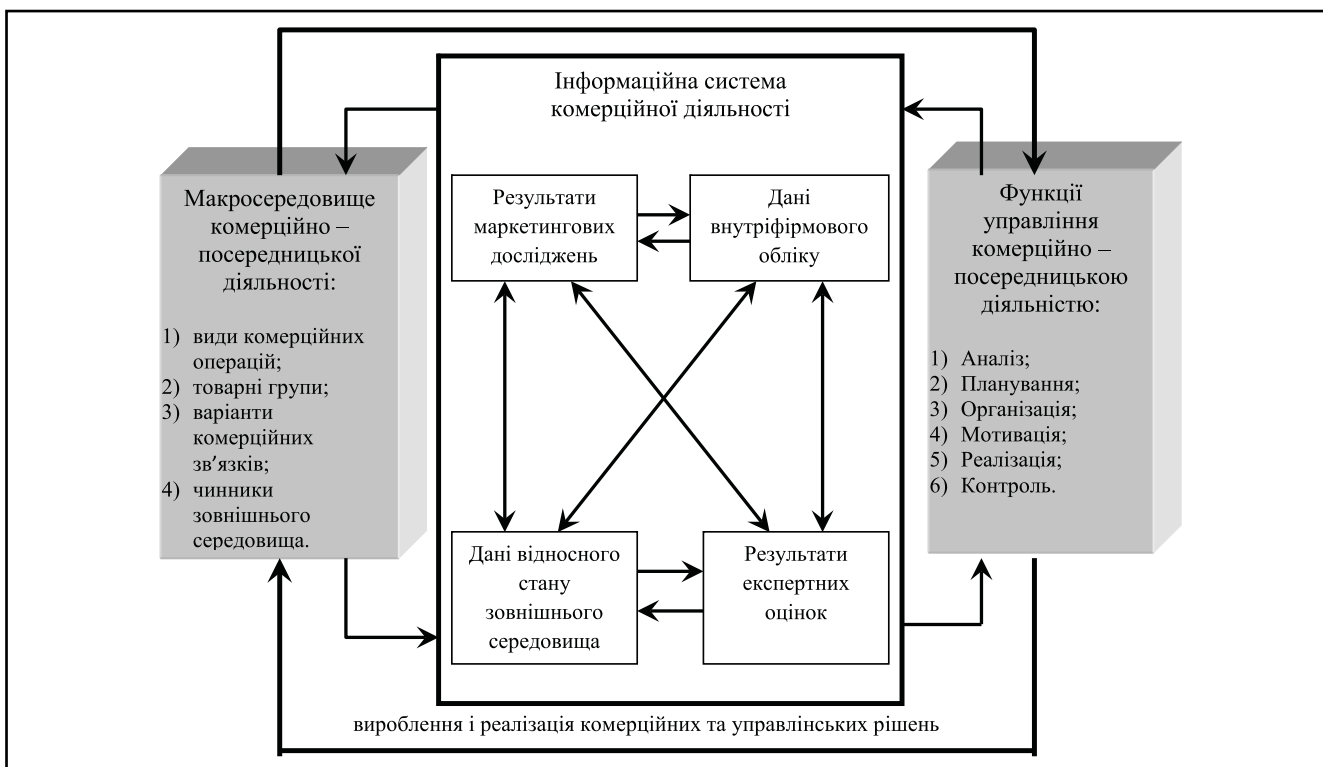
– збирання в разі необхідності цільової інформації для поглибленого аналізу конкретних загроз із виявленням чинників і умов появи загроз.

За напрямом руху інформаційних потоків відносно комерційно–посередницької організації інформація поділяється на: вхідну, висхідну, інформацію для внутрішнього користування.

Результативними стадіями є операції перетворення і передачі інформації. По–перше, частіше за все вони розглядаються як одна стадія, оскільки характер перетворень інформації завжди визначається тим, кому вона адресується. По–друге, в силу велетенських обсягів інформації, яка необхідна для забезпечення комерційно–посередницької діяльності, ці дві стадії виконуються на загальній технічній основі – інформаційних технологіях.

Рух інформації відбувається у вигляді інформаційних потоків. Інформаційний потік – це певним чином організована сукупність відомостей у мовній, документальній (паперовій і електронній) та іншій формі, яка генерується матеріальним або фінансовим потоком як всередині, так і зовні комерційно–посередницької фірми. Між інформаційними, з одного боку, та матеріальними і фінансовими потоками, які породжують відповідні потоки інформації, з іншого – не існує ізоморфності, тобто однозначної відповідності між ними або синхронності за часом виникнення [11].

Як правило, інформаційний потік або випереджує, або відстає від відповідного матеріального чи фінансового потоку. Слід підкреслити одну важливу особливість, яка стосується первинності зародження інформаційного чи матеріального потоку. З одного боку, інформаційний потік є породженням матеріального чи фінансового потоку. З іншого – інформа-



Інформаційна система комерційно–посередницької діяльності підприємства

Система і функції інформаційного забезпечення комерційно–посередницької діяльності

Етапи прийняття комерційно–посередницького рішення	Етапи і функції системи інформаційного забезпечення		
	збирання, систематизація та обробка інформації	аналіз і синтез інформації, її оцінка і логічна обробка	використання синтезованої інформації
I. Підготовчий	Пошук і збирання вже визначеної інформації	Визначення мети аналізу і синтезу обробки інформації	Визначення головних цілей використання інформації та її споживачів
II. Аналітично–синтетичний	Попередня оцінка якості залученої інформації та її систематизація по інформаційних блоках	Здійснення аналітичної і синтетичної переробки інформації та її систематизація по інформаційних блоках	Оцінка синтезованої інформації на предмет її релевантності для прийняття комерційно–посередницьких рішень
III. Заключний	Пошук в разі необхідності додаткової інформації, її оцінка і упорядкування	Аналітична і синтетична переробка додаткової інформації	Оцінка ефективності використання синтезованої інформації

ційний потік породжує матеріальний або фінансовий потік, наприклад результат переговорів про укладення угоди про закупівлю товарів викликає рух матеріальних ресурсів і відповідно фінансових ресурсів. Принципову схему інформаційної системи комерційно–посередницької діяльності наведено на рисунку.

Наведена схема ще раз підтверджує, що інформація, яка використовується в процесі комерційної діяльності посередницької фірми, є системоутворюючим чинником, який поєднує в єдине ціле закупівлі, обробку товарів і їхня продаж та післяпродажний сервіс (тобто операційний цикл посередницької діяльності). В межах такої логістичної інформаційної системи на комерційно–посередницькому підприємстві забезпечується синхронізація виконання функцій операційного менеджменту. І тоді важливою умовою успіху функціонування комерційно–посередницької фірми буде наявність такої інформаційної системи, яка дозволила б пов'язати воедино весь операційний цикл комерційно–посередницької діяльності і управляти цією системою як єдиним цілим [2].

Як показує практика комерційно–посередницької діяльності в Україні та за її межами, особливості інформаційного забезпечення керівництва комерційно–посередницької фірми та її працівників визначає та обставина, що всі вони вимушені приймати комерційні і управлінські рішення в умовах нестачі інформації і дефіциту часу для її переробки до такого вигляду, коли її можна ефективно використовувати. Тому основними вимогами інформаційного забезпечення комерційно–посередницької діяльності є висока точність пошуку (своєрідне попадання «в яблучко»), повнота інформації, підвищення рівня ґрунтовності аналізу і наступного синтезу інформації після її обробки, забезпечення надходження синтезованої (в основному аналітичної) інформації в потрібний час і в зручній для використання формі [4].

У цілому інформаційні потреби керівників і працівників комерційно–посередницьких фірм характеризують:

- важливість і широта кола проблем, які мають бути своєчасно і повному обсязі розв'язані;
- часта зміна тактики комерційної діяльності і відповідно управління нею;
- оперативність в силу обмеження часу для розробки відповідного рішення;

– перспективність вироблених рішень (не на день і не на два) і лаконічність (для того, щоб правильно зрозуміти управління «команду»).

В узагальненому вигляді система інформаційного забезпечення комерційно – посередницької діяльності та сукупність функцій, які вона має виконувати, наведено у таблиці.

Висновки

Отже, в Україні інформаційне забезпечення комерційно–посередницьких фірм регулюється законами України «Про інформацію» та «Про науково–технічну інформацію» (останній – тільки відносно науково–технічної інформації). У Законі «Про інформацію» під інформацією розуміються «документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються суспільстві, державі та навколишньому середовищі» [4].

Інформаційні відносини, які виникають між комерційно–посередницькими фірмами і постачальниками інформаційних продуктів і послуг, здійснюються з врахуванням певних принципів, визначених у Законі «Про інформацію»: гарантованість права на інформацію, відкритість, доступність інформації та свобода її обміну, об'єктивність, вірогідність інформації, повнота і точність інформації, законність одержання, використання, поширення та зберігання інформації.

У Законі України «Про інформацію» комерційної інформації як такої не визначено, але вона відноситься до так званої «адміністративної інформації», яка є офіційними документованими даними, що дають кількісну характеристику явищ і процесів, які відбуваються в економічній, соціальній та інших сферах, збираються, використовуються, поширюються та зберігаються юридичними особами, до яких відносяться й посередницькі фірми. За режимом доступу інформація поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом [6].

Доступ до відкритої інформації забезпечується шляхом:

- систематичної публікації її в офіційних друкованих виданнях (булетенях, збірниках);
- поширення її засобами масової комунікації;
- безпосереднього її надання заінтересованим громадянам, державним органам та юридичним особам.

Якщо надання інформації здійснюється за запитом на договірних засадах, порядок і умови її отримання регулюються відповідними договорами. В результаті здійснення ін-

формаційних відносин виникає право на інформацію. Підставами виникнення у посередницькій організації права на інформацію є: створення інформації власними силами і за свій рахунок, договір на створення інформації, договір, що містить умови переходу права власності на інформацію до іншої юридичної або фізичної особи.

Література

1. Закон України «Про інформацію»: Закон України від 02.10.92 (в редакції від 07.02.2002).
2. Аванесов Ю.А., Клочко А.Н., Васькин Е.В. Основы коммерции на рынке товаров и услуг: Учебник для высших учебных заведений. – М.: ТОО «Лжс-арт», 2005. – 235 с.
3. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 324 с.
4. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 2007. – 274 с.

5. Бикова Е.В., Стоянова В.С. Финансовое искусство коммерции. – М.: Перспектива, 2005. – 456 с.
6. Ермошенко М.М. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навч. посібник. – К.: НАУ, 2009. – 345 с.
7. Мазараки А.А., Ушакова Н.М., Лігоненко Л.О. Економіка торговельного підприємства. Підручник для вузів. (Під ред. проф. Н.М. Ушакової). – К.: «Хрещатик», 2009. – 328 с.
8. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 228 с.
9. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность: Учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2008. – 438 с.
10. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 354 с.
11. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности: Учебник. – М.: Юристъ, 2008. – 196 с.

Н.В. ВАСЮТКИНА,
к.е.н., доцент

Розвиток стратегічних підходів в управлінні корпораціями

Досліджено формування стратегічних теорій в управлінні корпораціями, визначено основні передумови їх розвитку, з'ясовано концептуальні питання сутнісних складових та узагальнено ряд причин, що перешкоджають їх розвитку в діяльності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: управління корпораціями, теорія фірми, трансакційний підхід, ресурсний підхід, підхід на базі знань.

Исследовано формирование стратегических теорий в управлении корпорациями, определены основные предпосылки их развития, выяснены концептуальные вопросы сущностных составляющих и обобщен ряд причин, которые препятствуют их развитию в деятельности отечественных предприятий.

Ключевые слова: управление корпорациями, теория фирмы, трансакционный подход, ресурсный подход, подход на базе знаний.

Forming of strategic theories is investigational in a management corporations, basic pre-conditions of their development are certain, the conceptual questions of main constituents are found out and the row of reasons that prevent to their development in activity of domestic enterprises is generalized.

Постановка проблеми. Впродовж всієї історії людства в сфері економічних взаємодій між собою змагаються два мотиви – прагнення окремої людини до досягнення особи-

стих благ і неминуче її прагнення до об'єднання і співпраці з іншими людьми. Наявність у поведінці індивідуума таких протилежних спрямувань породжує питання, що відносяться до сфери економіки і управління: питання ефективного виробництва і справедливого розділення вироблених благ. Стрімко прагнучи до власного благополуччя, задля якого необхідно діяти у рамках суспільних інститутів, людина безперервно стикається з конфліктом своїх інтересів і інтересів інших людей. Сучасне суспільство до ХХІ ст. досягло таких результатів, які досі оцінені вченими дуже недостатньо. «Велетенські матеріальні успіхи, що нещодавно викликали захоплення, стали буденними; фундаментальні якості людини виявилися рідкісним надбанням небагатьох» [1]. Спроби пояснити, що відбувається, привели до різноманіття підходів до періодизації економічного прогресу, що відбивають реальні процеси в суспільстві.

Трансформаційні зміни сприяли розвитку різних стратегічних теорій, які намагались вирішити питання узгодженості конфліктів інтересів. Їхній розвиток продовжується і сьогодні та потребує наукового пошуку, спрямованого на створення теоретико-прикладних засад стратегічних підходів в управлінні діяльністю підприємств.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питання щодо розвитку стратегічних процесів в теорії управління розглянуті в ряді зарубіжних публікацій. Зокрема, питання трансакційного підходу вивчали О. Уільямсон, А. Алчян, Г. Демсец, М. Дженсен, У. Меклінг; теорію ресурсного підхо-