

Тема 2. Інформаційна база для аналізу маркетингового середовища

1. Види джерел для аналізу маркетингового середовища

2. Класифікація звітності для цілей аналізу маркетингового середовища

3. Внутрішні джерела даних для аналізу маркетингового середовища

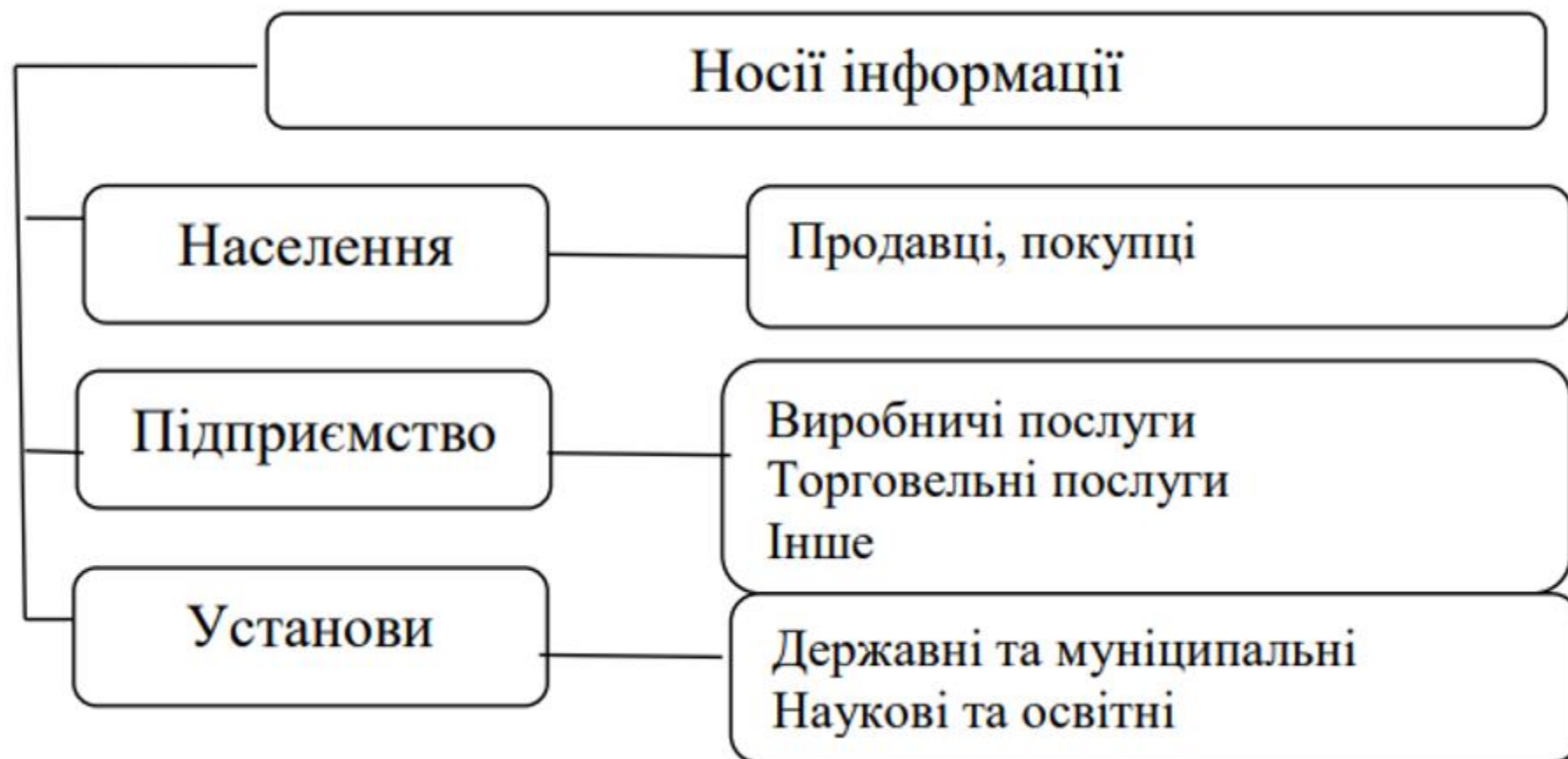
4. Зовнішні джерела інформації для аналізу маркетингового середовища

1. Види джерел для аналізу маркетингового середовища

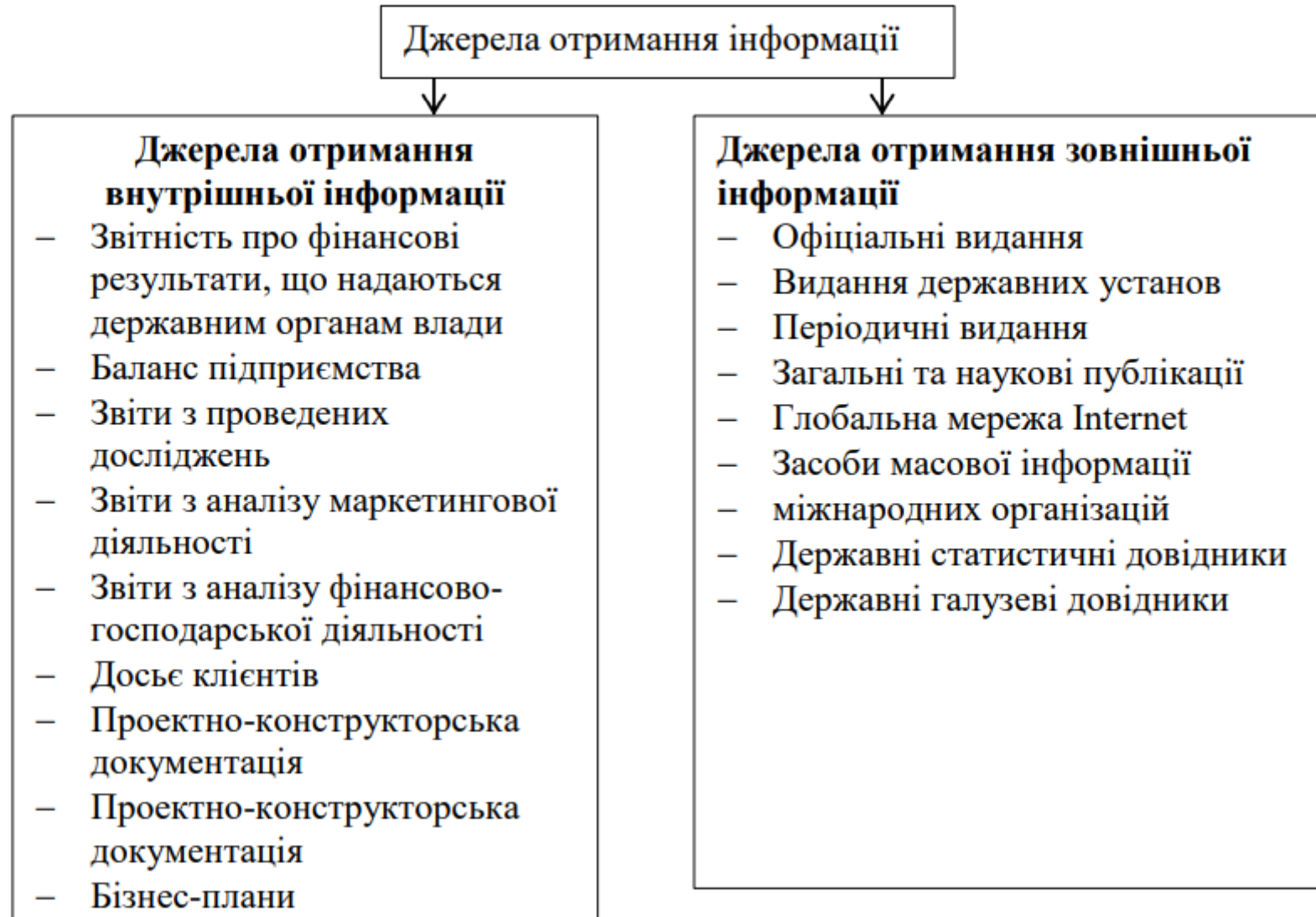
Джерело інформації – це канал ринкової інформації з якого її отримують зацікавлені користувачі.

Види джерел отримання інформації:

- письмові джерела (офіційні документи, нормативні акти, інформаційні бюлетені, звіти, архіви, спеціальні видання тощо);
- цифрова – інформаційно-статистичні дані;
- кіно-, фотодокументи, картини;
- фонетичні документи – записи, пластинки, диски;
- інформація з ярмарок, виставок;
- додаткова спеціальна інформація – штрих-коди, копіювання зразків тощо;
- невраховані джерела інформації: матеріали внутрішнього аудиту, матеріали лабораторного контролю, матеріали лікувально-санітарного контролю, матеріали конференцій, засідань, зборів колективу.



Джерела отримання інформації



У дослідженнях ринку сформувалися два канали добування інформації від її носія і користувача:

- носій інформації сам повідомляє користувачеві необхідні дані;
- користувач отримує інформацію від інших джерел (безоплатно або в порядку купівлі або обміну).

Класифікація джерел ринкової інформації включає такі види інформації:

- публікації: цифрові, фактографічні, теоретичні, графічні; - інформація, що купується фірмою на комерційних засадах;
- обмін інформацією;
- дані спеціальних обстежень;
- інформація торгових кореспондентів;
- дані експертних оцінок;
- дані безпосереднього спостереження;
- дані включеного спостереження;
- дані опитування споживачів, підприємців, фахівців; - дані панельних досліджень; - дані експерименту (пробний маркетинг): польовий і лабораторний

Особливе значення має класифікація інформації за її призначенням де частина інформації становить об'єкт аналізу. Такий тип інформації називається аналітичним.

Аналітична інформація — дані, отримані в результаті характеристики ринкових процесів і явищ. Вона об'єднує рекомендаційну, або консалтингову інформацію, розроблену і запропоновану спеціалізованими маркетинговими та консалтинговими фірмами.

До аналітичної інформації можна віднести зібрані й розроблені фірмою або зовнішніми інформаційними службами бази даних, прогнози та сценарії. База даних — інформація про існуючих або потенційних учасників ринкової діяльності зокрема покупців, продавців, конкурентів і т. ін.



Система маркетингової інформації - це постійно діюча система взаємозв'язку осіб, технічних засобів і методичних прийомів, призначена для збору, класифікації, аналізу, оцінки і розповсюдження актуальної, своєчасної і точної інформації, що використовується з метою удосконалення планування, перетворення в життя і контролю маркетингових заходів.

2. Класифікація звітності для цілей аналізу маркетингового середовища

Відповідно до концепції сталого розвитку в Україні, а також її регіонах здійснення бізнес-процесів всіх видів діяльності має бути в режимі економії ресурсів, дотримання безпечних умов праці та недопущення забруднення навколишнього середовища, а також результати технологічного процесу мають бути кондиційними. Серед цілей сталого розвитку є збалансований розвиток країни та її регіонів, що враховує співвідношення між наявними, необхідними та невикористаними для майбутніх звітних періодів обсягами природних ресурсів, регламентованих для безперервного технологічного процесу. Цього можна досягти тільки за дотримання умов ресурсозбереження та ресурсовідновлення в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання.

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗВІТНОСТІ

джерелами
формування

податкова

статистична

фінансова

спеціальна

управлінська

будовою
показників

~~моментна~~

інтервальна

місцем
використання

зовнішня

внутрішня

ступенем
узагальнення

первинна

консолідована

зведена

терміном подання

нормативна

строкова

Відповідно до загальних підходів будь-яку звітність можна охарактеризувати за такими критеріями: джерелами формування, будовою показників, місцем використання, ступенем узагальнення та терміном подання.

Звітність підприємства формується на основі загальних підходів до будови показників (ознаки процесів (інтервальних), ознаки стану (моментних)), за повнотою розкриття інформації (повна і спрощена), за змістовним наповненням для відповідної групи користувачів (фінансова, статистична, податкова, Звіт про управління, Звіт про оцінку впливу на довкілля; управлінська звітність), за рівнями доступу інформації (внутрішня і зовнішня); за особливостями виду економічної діяльності (типова, що не залежить від виду діяльності); спеціалізована звітність (Звіт про оцінку впливу на довкілля тощо); за ступенем узагальнення (індивідуальна, консолідована, зведена).

3. Внутрішні джерела даних для аналізу маркетингового середовища

Внутрішня (управлінська) бухгалтерська звітність спрямована на забезпечення менеджерів (керівників підприємства) якісною інформацією, необхідною для прийняття обґрунтованих рішень з питань управління підприємством. Ця звітність надає можливість управлінцям приймати обґрунтовані рішення при виборі альтернативних варіантів використання обмежених ресурсів при управлінні господарською діяльністю фірми.

Головні ознаки внутрішньої (управлінської) бухгалтерської звітності:

- 1) формування інформації на виході з інформаційної системи бухгалтерського обліку;
- 2) узагальнення даних, подання їх у зручному для користувача форматі та у повному змісті для прийняття управлінських рішень.

Підготовку внутрішньої (управлінської) бухгалтерської звітності слід розуміти як сукупність засобів, прийомів, способів та методів упорядкування та оптимізації існування внутрішньої (управлінської) бухгалтерської звітності та організацію управління цим процесом у часі та просторі.

Метою внутрішньої звітності є надання своєчасної і достовірної інформації про господарську діяльність, яка відсутня у фінансовій, статистичній і податковій звітності або наявна інформація потребує деталізації для прийняття ефективних управлінських рішень.

Вважаємо доцільним розглянути принципи складання внутрішньої звітності. Під час розробки та заповнення форм внутрішньої звітності слід дотримуватися наступних принципів

Принцип орієнтації на конкретного користувача – внутрішня звітність подається конкретному користувачу відповідно до організаційної структури та посадових інструкцій працівників на підприємстві.

Принцип оперативності полягає у тому, що внутрішня звітність повинна подаватися у встановлені терміни для прийняття управлінських рішень.

Принцип зрозумілості полягає у тому, що внутрішня звітність повинна містити основну важливу інформацію без зайвих подробиць.

Принцип порівнянності полягає у тому, що внутрішня звітність повинна мати єдиний підхід до переліку, методики обчислення і джерел інформації для можливості здійснювати в подальшому порівняльний аналіз.

Принцип точності полягає у тому, що внутрішня звітність не повинна містити помилок.

Внутрішній звіт про розподіл пакувальних та транспортних складських витрат на збут ПрАТ "Каштан"

Типова форма ВЗВЗ-1

ПрАТ "Каштан"

(підприємство)

| Затверджена Наказом керівника

від "20" грудня 2018 р.

**Внутрішній звіт про розподіл пакувальних та транспортних складських витрат на збут
за 2018 р."
(період)**

№ з/п	Вид продукції	Одиниця виміру	Обсяг реалізації		Коефіцієнт виконання плану	Середній відсоток виконання плану	Витрати на збут, грн.			Пакувальні і транспортні складські витрати на збут після розподілу, грн.		Витрати на збут, грн.	
			план	факт			Пакувальні і транспортні	Інші	Разом	Реалізованої продукції	Нереалізованої продукції	Звітного періоду	Майбутніх періодів
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
						x							

“ ”

р.

Виконавець

Іванов І.В.

Іванов

(підпис)

Головний бухгалтер Петров П.В.

Петров

(підпис)

4. Зовнішні джерела інформації для аналізу маркетингового середовища

Фінансова звітність підприємства включає стандартний набір форм, передбачених Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, а саме:

Баланс (Звіт про фінансовий стан) ф. № 1,

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ф. № 2,

Звіт про рух грошових коштів ф. № 3,

Звіт про власний капітал ф. № 4 та

Примітки до фінансової звітності ф. № 5. Специфічні вимоги до складання та подання такої звітності можуть залежати від категорії підприємства (велике, середнє, мале, мікро), його статусу (платник єдиного податку тощо) та обсягу діяльності, тому важливо керуватися відповідними нормативними актами, зокрема Порядком подання фінансової звітності.

ЗУ «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» встановлено критерії для розмежування мікропідприємств, малих, малих і великих підприємств: балансова вартість активів, чистий дохід та середня кількість працівників.

Фінансова звітність розкриває інформацію про майновий стан, структуру активів, зношеність основних засобів, обсяги виробництва та реалізації, фінансові результати від різних видів діяльності, грошове забезпечення одержаних доходів, частину короткострокових зобов'язань, яка може бути при необхідності погашена негайно, тривалість операційного і фінансових циклів, суму сплачених податків та наявність заборгованості перед податковими органами.

У ф № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» операції із витратами на збут включаються до рядочка 2150 «Витрати на збут», тобто формують фінансовий результат від операційної діяльності.

Окрім того дані витрати класифікуються за елементами операційних витрат, тому відображаються у III розділі ф №2 в залежності від конкретного елементу витрат, що був віднесений у загальну суму 93 рахунку.

Отже, чинний порядок відображення інформації про витрати на збут не передбачає розподілу пакувальних та транспортних складських витрат на збут і у фінансовій звітності включає Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) ф. № 2 в ряд. 2150 «Витрати на збут».

Вимоги чинного законодавства України щодо стягнення екологічного податку відповідно до обсягів викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення; скидів забруднюючих речовин безпосередньо у водні об'єкти; розміщення відходів у спеціально відведених для цього місцях чи на об'єктах; утворення радіоактивних відходів (включаючи вже накопичені) та/або тимчасового зберігання радіоактивних відходів їх виробниками понад установлений особливими умовами ліцензій строк становлять основу національної екологічної безпеки і природокористування.

Тому інформація щодо обсягів отриманих відходів, викидів у атмосферне повітря і водні ресурси, а також утворення і зберігання радіоактивних відходів підлягає оприлюдненню в Звіті про управління, адже суспільство повинно знати екологічні наслідки діяльності кожного суб'єкта господарювання та їх внесок у створення безпечних умов природокористування.

Основне призначення Звіту про управління:

1) надати зацікавленим користувачам (інвесторам, кредиторам) необхідну інформацію про фінансовий стан та середовище, у якому функціонує суб'єкт господарювання для інтерпретації й оцінювання виконання планів по виробництву і реалізації продукції, соціальних програм, вжиття заходів щодо зменшення негативних наслідків від діяльності на навколишнє середовище;

2) визначити ризики, які постають перед суб'єктом господарювання, і способи їх уникнення управлінським персоналом суб'єкта господарювання;

3) окреслити галузеві фактори, що впливають на організацію технологічного процесу і в подальшому зумовлюють продуктивність діяльності суб'єкта господарювання, його стан і розвиток, дати оцінку стратегіям за можливістю їх досягнення, з огляду на поточний фінансовий стан та наявні ресурси.

Це дозволить користувачам Звіту керівництва або Звіту про управління одержати більш повну інформацію про ефективність використання наявних ресурсів у підприємства, динаміку обсягів виробництва і реалізації, напрями витрачання грошових коштів, продуктивність операційних витрат.

Оскільки Звіт керівництва є супровідним документом до річних фінансових звітів загального призначення, вочевидь, основними користувачами його інформації є постачальники ризикового капіталу, тобто дійсні та потенційні інвестори, позикодавці та інші кредитори. Однак тенденції до побудови соціально орієнтованого обліку і звітності, що відображає ступінь впливу діяльності компанії на навколишнє середовище, а також все більше залучення і контроль громадськості за діяльністю суб'єктів господарювання розширюють діапазон інформації, що відображена у фінансовій звітності. Тому можна припустити, що сфера застосування та цільова аудиторія, на які розраховує управлінський персонал, розкриваючи інформацію у Звіті керівництва, можуть бути ширшими.

Схожі та відмінні риси фінансової звітності та Звіту по управління*

№ з/п	Критерій порівняння	Фінансова звітність	Звіт про управління
1	Відображення фінансових показників	так	
2	Оприлюднення на офіційних сайтах підприємств	так	
3	Відображення нефінансових показників	ні	так
4	Містить затверджений перелік показників	так	ні
5	Відображення стратегії підприємства	ні	так
6	Обов'язковість подання	так	Ні, тільки для великих і середніх підприємств
7	Розкриття соціальних, екологічних питань діяльності підприємства	ні	так
8	Можливість застосування власної методики до побудови показників	ні	так
9	Органи, до яких подається	Державна фіскальна служба, Державна служба статистики України, банки в НБУ	НКЦПФР, НБУ для банків
10	Інтерпретація результатів діяльності	ні	так

Порівняльний аналіз фінансової звітності і Звіту про управління дозволив встановити їх подібні та відмінні риси. Суттєвими відмінностями Звіту про управління порівняно з фінансовою звітністю є наявність нефінансових показників, інтерпретація результатів діяльності, розкриття стратегії підприємства, а також соціальних, екологічних питань діяльності підприємства, можливість застосування власної методики до побудови показників

Таблиця-2.1

Структура Звіту про управління відповідно до Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління

№ з/п	Розділ	Зміст
1	2	3
1	Організаційна структура та опис діяльності підприємства	Інформація про організаційну структуру підприємства, його стратегію та цілі, сферу його діяльності за географічним розташуванням та галузевим спрямуванням, а також інформацію про продукцію та послуги, що виробляються/надаються підприємством, ринкову частку підприємства в різних сегментах, у яких здійснює свою діяльність підприємство (за наявності такої інформації) тощо.
2	Результати діяльності	Аналіз результатів діяльності підприємства, включаючи пояснення щодо динаміки розвитку підприємства протягом звітного періоду. Зазначену інформацію рекомендується відображати з урахуванням зростання/зменшення ціни, збільшення/зменшення обсягу реалізованих товарів і послуг, впровадження нової продукції та/або послуг або припинення виробництва окремої продукції та/або послуг, будь-яких суттєвих факторів, що вплинули на зміни у загальному товарообороті та отриманні прибутку.
3	Ліквідність та зобов'язання	Інформація про основні джерела забезпечення ліквідності (активи, які забезпечують своєчасне виконання зобов'язань), наявні зобов'язання, їх види та строки їх погашення, умовні зобов'язання, їх види та оцінка їх можливого впливу на ліквідність. Також рекомендується наводити фактори, які впливають або в подальшому можуть вплинути на ліквідність.
4	Екологічні аспекти	За цим напрямом рекомендується розкривати показники, що характеризують: раціональне використання води; управління відходами; викиди парникових газів; споживання енергії тощо.
5	Соціальні аспекти та кадрова політика	Інформація про: загальну кількість працівників та частку жінок на керівних посадах; заохочення (мотивацію) працівників; охорону праці та безпеку; навчання та освіту персоналу; рівні можливості працевлаштування; повагу прав людини; заходи з боротьби з корупцією та хабарництвом тощо.
6	Ризики	Інформація про політику підприємства щодо управління операційними та фінансовими ризиками (ринковий ризик, кредитний ризик, ризик ліквідності) з описом їхнього впливу на діяльність підприємства, а також підходів або інструментів, які використовуються підприємством для зменшення впливу таких ризиків на його діяльність тощо.

Продовження табл. 2.1

1	2	3
7	Дослідження та інновації	Інформація про дослідження, інноваційну діяльність та розробки, які проводяться підприємством, обсяг витрат на такі заходи та їх вплив на діяльність підприємства.
8	Фінансові інвестиції	Інформація про фінансові інвестиції підприємства у цінні папери інших підприємств, фінансові інвестиції в асоційовані і дочірні підприємства тощо.
9	Перспективи розвитку	Інформація про перспективи подальшого розвитку підприємства з урахуванням ризиків та викликів при здійсненні діяльності.
10	Корпоративне управління	Інформація щодо: 1) органів управління, їх склад та повноваження; стратегії корпоративного управління; 2) скликання та проведення загальних зборів акціонерів; 3) структури акціонерів та їх частки в акціонерному капіталі; 4) власників цінних паперів з особливими правами контролю та опис цих прав; 5) діяльності підприємства стосовно операцій з власними акціями; 6) основних характеристик системи внутрішнього контролю; 7) дивідендної політики; 8) перспектив розвитку та удосконалення корпоративного управління; 9) політики підприємства стосовно адміністративних, управлінських та наглядових органів підприємства (вимоги до віку, статі, освіти, професійного досвіду, управлінського персоналу, цілі політики її реалізація та результати у звітному періоді тощо).

Звіт про управління¶

II-Б

переваги¶

Наведення аналітичних розрізів фінансових показників за результатами звітного періоду¶

Оприлюднення на офіційних сайтах в інтернеті (вільний доступ до інформації)¶

Наявна інформація про ризики та стратегії розвитку підприємства¶

Збільшується кількість контрагентів, зацікавлених укладати договори з підприємством, у фінансовому стані якого вони впевнені¶

Покращання іміджу компанії, що має соціальну та екологічну відповідальність¶

II-К

недоліки¶

Відсутній регламентований перелік показників, в результаті методичний підхід аналізу, обраний на підприємстві, може відрізнитися від загальноприйнятої практики¶

Частина важливої інформації про підприємство залишається невисвітленою¶

Можливі помилки при складанні звіту¶

Неуніфікованість звіту призводить до непорівнянності його показників¶

Взаємоузгодженість екологічної статистичної звітності та Податкової декларації екологічного податку як інформаційної бази для складання Звіту про управління



Екологічні аспекти характеризують рівень організації технологічного процесу щодо безпеки для навколишнього середовища та людей. Соціальні аспекти розкривають соціальні гарантії працівникам відповідно до колективного договору. Ризики та стратегії розвитку характеризують наслідки співвідношення сильних і слабких сторін діяльності. Основні засади кадрової політики розкривають кваліфікацію і мотивацію до праці персоналу, причини конфліктів між персоналом і адміністрацією та способи їх розв'язання, плинність персоналу та динаміку витрат на його оплату праці. Внаслідок вкладення коштів у цінні папери інших підприємств підприємство набуває майнових та управлінських корпоративних прав і повинно стежити за коливаннями на фінансовому ринку, щоб своєчасно приймати управлінські рішення щодо їх використання для одержання додаткових економічних вигод.

Перевагами складання Звіту про управління є розкриття темпів зростання виробництва та реалізації готової продукції (товарів, робіт, послуг), характеристики впливу бізнес-процесів на екологію, деталізації витрат на соціальне забезпечення на підприємстві; основних засад кадрової політики та витрат на її реалізацію. А недоліком залишається відсутність в межах задекларованих розділів звіту переліку фінансових показників та джерел для їх розрахунку та формату викладення нефінансової інформації.

Звіт про управління поряд з фінансовою звітністю є інформаційним джерелом для аналізу функціонування підприємства. Розкриття управління бізнес-процесами дозволить визначити ступінь оновлення технологічних ліній, їх безпечність, потужність. Співвідношення обсягів виробництва і реалізації характеризує дієвість інструментів маркетингової політики. Розкриття типу ліквідності та платоспроможності надає інформацію про рух грошових коштів, напрями їх використання, наявність простроченої дебіторської та кредиторської заборгованості.

Користувачі звітності для прийняття управлінських рішень потребують інформації про ретроспективний, поточний та стратегічний фінансовий стан суб'єкта господарювання. Існуючі методичні підходи до конструкції фінансової звітності надають загальне уявлення у зведеному форматі про стан активів і зобов'язань, фінансові результати та рух грошових коштів лише в статичному та динамічному форматах.

Складання Звіту про управління дозволить зменшити ризики втрати майнових і немайнових інтересів потенційних інвесторів, кредиторів, покупців, працівників при взаємодії з підприємством