

СЕКЦІЯ 1. МІКРОЕКОНОМІКА

Радіонова Н.Й.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту*

*Київський національний університет технологій і дизайну
м. Київ, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВ ШВЕЙНОЇ ГАЛУЗІ

В інформації про підсумки роботи швейних підприємств зацікавлені різні споживачі інформації, як внутрішні, так і зовнішні: податкові служби, антимонопольний комітет, органи статистики, потенційні інвестори, акціонери та інші контрагенти [2].

Класично, усіх споживачів економічної інформації можна об'єднати в кілька груп, до яких належать:

1) менеджери підприємств, фірм, які потребують отримання інформації для аналізу з метою прийняття рішень, контролю, регулювання управлінської діяльності, тобто інформації, що стосується ціни реалізації, витрат на виробництво, попиту на продукцію, яка випускається, конкурентоспроможності продукції підприємства, показників рентабельності виробництва та асортименту продукції;

2) власники акцій, зацікавлені в інформації про величину капіталовкладень та доходи від акцій;

3) наймані працівники, котрі прагнуть знати про здатність фірми виконувати зобов'язання щодо заробітної плати;

4) кредитори та власники позичкового капіталу, які бажають знати про можливості підприємства або фірми виконувати взяті на себе фінансові зобов'язання.

Для швейних підприємств, які здебільше сьогодні працюють на давальницькій сировині, особливою групою зацікавлених користувачів є іноземні замовники [1].

Крім того, ще одну групу споживачів інформації становлять різні урядові організації, які збирають необхідну їм інформацію. Наприклад,

держкомстат узагальнює деталізовані дані про збутову діяльність, прибутки, капіталовкладення, запаси товарів, дивіденди, що виплачуються, частки прибутків, що поглинаються оподаткуванням; антимонопольний комітет аналізує інформацію про витрати, калькуляції собівартості продукції, про рівень оптових цін, прибутки підприємств тощо; фіскальні служби вивчають звіти для перевірки оподаткованого прибутку, вони вимагають єдиного підходу до визначення складу витрат, обсягу прибутку, використання сучасних методів їх обчислення [3].

Аналіз тих користувачів, яким необхідна деталізована інформація про витрати за окремими видами продукції, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Групи споживачів економічної інформації

Споживачі інформації	Інформація		
	для аналізу	для прийняття рішення	для планування та прогнозування
Менеджери підприємства	+	+	+
Власники акцій	+	-	-
Наймані працівники	+	-	+
Кредитори, власники позичкового капіталу, потенційні інвестори	-	+	+
Іноземні замовники	+	+	+
Урядові організації:			
• держкомстат;	+	-	-
• антимонопольний комітет;	+	-	-
• податкова служба	+	-	-

Примітка: + – потребують інформації; – – не потребують інформації

Джерело: складено автором

Отже, на підприємстві виникає необхідність створення єдиної інформаційної системи. Завдяки роботі всіх користувачів системи відбувається наповнення бази даних підприємства оперативною інформацією про хід виконання конкретних господарських операцій, що відносяться до різних напрямів діяльності (рис. 1).

Під інформаційною системою розуміють взаємозв'язану сукупність засобів, методів і персоналу, що їх використовують для зберігання,

обробки та надання інформації в інтересах досягнення поставленої мети. Метою кожного швейного підприємства в сучасних економічних умовах є отримання прибутку [4].

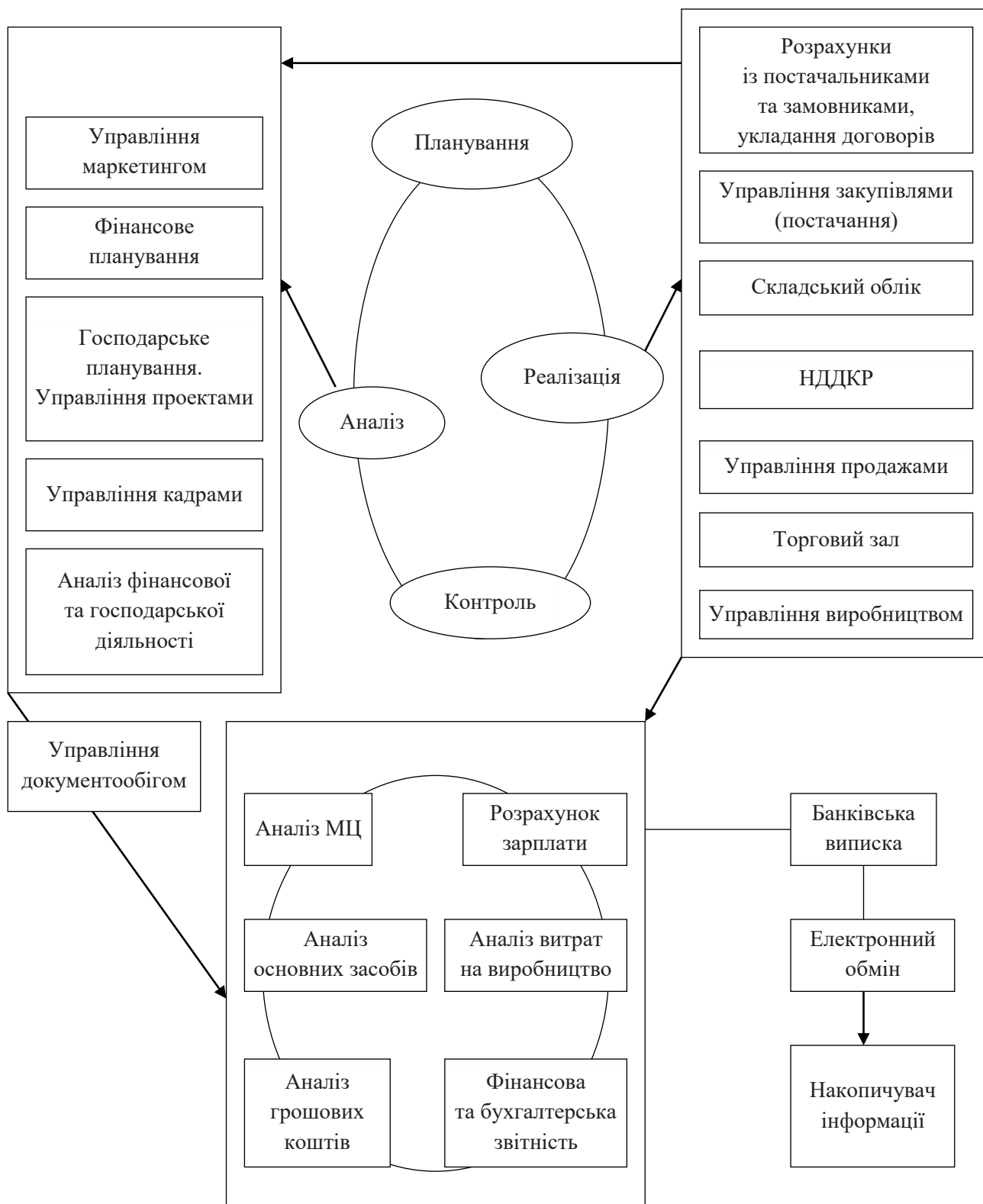


Рис. 1. Структура інформаційної системи підприємств швейної галузі
Джерело: складено автором

Однак не завжди мета економічної системи настільки очевидна і так легко трансформується в перелік критеріїв. Наприклад, мета інформаційної системи, що є окремою підсистемою будь-якої економічної системи, – підвищення ефективності прийнятих управлінських рішень.

За чітко налагодженої організаційної схеми функціональної експлуатації інформаційної системи кожен виконавець виконує певні дії згідно з інструкцією, отримуючи інформацію в обсязі, необхідному і достатньому для здійснення своїх посадових обов'язків. Відтак інформаційна система повинна відповідати наведеним нижче вимогам.

1. Адаптивність щодо профілю діяльності підприємства будь-якої форми власності, що передбачає просту реорганізацію інформаційної системи при зміні профілю діяльності підприємства.

2. Наявність достатньої кількості параметрів, котрі дозволяють налаштувати систему під специфічні особливості господарської, фінансової та виробничої діяльності організації-користувача.

3. Цілісність, яка визначає узгодженість цілей функціонування всієї системи з цілями функціонування її підсистем і елементів.

4. Модульність – автономне використання окремих частин системи й чітке розмежування оперативно-управлінських завдань при повній їх інтеграції на рівні єдиної бази даних.

5. Функціональна та структурна повнота системи, що передбачає охоплення всього спектра типових виробничо-економічних функцій.

6. Концептуальна спільність, що припускає дотримання однакового інтерфейсу для всіх завдань, які вирішуються.

7. Надання користувачам простого інструментарію для самостійного розвитку системи.

8. Підтримка розподілених баз даних для забезпечення інформаційної взаємодії підприємства й територіально віддалених філій, підрозділів.

9. Використання архітектурних рішень, які не потребують тривалої спеціальної підготовки системних адміністраторів, які відповідають за експлуатацію системи.

10. Економічність. Це означає, що витрати на обробку інформації повинні бути менші, ніж економічний вииграш від її використання. Економічний вииграш в умовах інформаційної системи утворюється за рахунок підвищення оперативності й достовірності результатної

інформації, яка безпосередньо використовується для вироблення управлінських рішень.

11. Інформаційна безпека системи, тобто забезпечення надійного захисту комерційної інформації фірми.

Найважливішою вимогою щодо змісту інформації швейних підприємств є включення в базу даних не тільки внутрішньої, а й зовнішньої інформації про витрати. Лише зіставлення даних внутрішнього обліку з інформацією про витрати конкурентів за аналогічною продукцією дає підприємству орієнтир, що дозволяє утримувати конкурентоспроможну позицію на ринку.

Список використаних джерел:

1. Бородиня О.Г. 2014 р.: легка промисловість України / О.Г. Бородиня // Легка промисловість. – 2014. – № 1. – С. 3–7.
2. Великий Ю.М. Управління витратами підприємства: монографія / Ю.М. Великий, В.В. Прохорова, Н.В. Сабліна. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 192 с.
3. Гавриленко Ю.М., Коваль А.А. Особливості управління витратами на підприємстві [Електронний ресурс] / Ю.М. Гавриленко, А.А. Коваль. – Режим доступу: <http://knutd.com.ua/publications/pdf/TD/2012-4/12gymvnp.pdf>
4. Денисенко М.П. Формування конкурентних стратегій підприємства / М.П. Денисенко, В.О. Байковець // Інформаційно-аналітичне забезпечення ефективності діяльності підприємств у контексті економічної безпеки в умовах інтеграції з ЄС: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції, 27 травня 2016 р., м. Київ. – К.: КНУТД, 2016. – С. 85–88.