

С.О. Кузнецова, канд. екон. наук, доц. (НТУ «ХПИ», Харків)

ХАРАКТЕРНІ СКЛАДОВІ ЯКОСТІ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

З початком нового тисячоліття світ увійшов у нову цифрову епоху зі швидкими змінами і розвитком інформаційних технологій. Глобалізація і технологічний процес з одного боку призводить до розширення можливостей для бізнесу, з іншого, збільшує виклики і перепони, які компанії змушені долати в умовах цифрової економіки.

Обсяги неоднорідної інформації, яка надходить великими масивами й постійним потоком, потребують оперативного опрацювання за допомогою автоматизації бізнес-процесів, перехід на електронний документообіг та електронну систему оброблення даних. Але, незважаючи на всі позитивні впливи для ефективного ведення бізнесу, постає питання якості облікової інформації.

На відміну від матеріально-речових та енергетичних облікові інформаційні ресурси не мають ознак або характеристик, які можна було б оцінити кількісними заходами з використанням загальноприйнятих систем вимірювань. Або якісними заходами, використовуючи при цьому відомі методи аналізу якості речовини, в тому числі його колірних або органолептичних властивостей.

Слід зазначити, що в даному випадку мова йде про властивості, що відображають семантичну або прагматичну сутність облікової інформації і мають внутрішній, смисловий або змістовний характер.

При синтаксичному аналізі облікової інформації є можливість опису деяких зовнішніх або формальних характеристик в кількісному вигляді, наприклад: обсяг господарських операцій, кількість та обсяги реалізації, тощо. Ряд характеристик можна уявити в якісному вигляді: це властивості носія інформації, форма подання (документ в друкованому або електронному вигляді, знання експерта, консультанта тощо).

Облікова інформація в силу визначення поняття "інформація", яке пов'язана зі зменшенням ступеня невизначеності в системі "передавач-приймач" безпосередньо у споживача бухгалтерської інформації, може бути охарактеризована рядом властивостей або ознак, що виявляються і оцінюються самими споживачами (топ-менеджментом), а тому ці оцінки досить суб'єктивними.

Кожен споживач виходячи з наявного в нього обсягу знань і досвіду роботи з обліковою інформацією в бізнесі може виділити ті властивості, які, на його думку, визначають смислову сутність цього ресурсу. Останній при цьому може мати різні цілі використання, різну ступінь новизни і інші свої характеристики, які по-різному можуть впливати на процес прийняття рішення щодо виконання будь-яких дій з боку менеджерів.

При роботі з інформацією можливі випадки, при яких для різних споживачів один і той же ресурс може мати різні виявлені ознаки і різну ступінь оцінки кожного з них. Так, наприклад, для одного споживача пропонується облікова інформація може виявитися абсолютно новою, надзвичайно актуальною і корисною з точки зору отримання нових знань і їх використання на практиці. Інший же споживач з урахуванням ступеня його кваліфікації або в силу обставин, що склалися може не оцінити сенс, який міститься в тому ж матеріалі, і не надати належного значення пропонованій інформації.

Крім того, якісна сторона може розглядатися як з точки зору споживача конкретної інформації (топ-менеджменту), так і з точки зору облікового відділу, обліково-інформаційної системи або внутрішнього аудитора, що передають даний ресурс для подальшого його застосування. З огляду на це, оцінку слід проводити на основі якісних і кількісних ознак, що характеризують різні чинники і обставини виробництва певної облікової інформації, запиту споживача на останню, процесів його передачі, отримання та безпосереднього використання в бізнесі для прийняття управлінських рішень.

Слід зазначити, що якість однієї і тієї ж інформації при реалізації різних бізнес-процесів різна. Відрізняються і набори параметрів (показників), та методики визначення якості інформації в епоху цифрової економіки.