

Інформаційні джерела:

1. ESG: Створювати майбутнє <https://biz.nv.ua/ukr/markets/esg-oleksiyfilatov-providpovidalny-biznes-ta-investiciji-50205373.html>
2. Екологічна, соціальна, управлінська сталість, або Для чого компаніям та інвесторам ESG-критерії <https://business.ua/uk/ekologichna-sotsialnaupravlinska-stalist-abo-dlya-chogo-kompaniyam-ta-investoram-esg-kriteriji>
3. Ковалевська Н.С., Нестеренко І.В., Янчева І.В., Лопін А.О. Диджиталізація обліково-аналітичного забезпечення природоохоронної діяльності підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2021. Вип. 1 (33). С. 32–43. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/3302/1/%2b%d1%80%d0%b5%d0%bf.3.pdf>
4. Педро Матос ESG-принципи та відповідальне інституційне інвестування у світі : Критичний огляд досліджень ; пер. з англ. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2020. 88 с.
5. Кащена Н.Б., Нестеренко І.В. Цифровізація та екологізація інноваційного розвитку бізнесу: маркетингові аспекти повоєнного відновлення. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в SMART-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри : колективна монографія / За наук. ред. І.В. Перезової. Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. С. 482-504. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/31522>

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІНСЬКІЙ СИСТЕМІ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Кирильєва Л.О., канд. екон. наук, доц.
Наумова Т.А., канд. екон. наук, доц.
Державний біотехнологічний університет

Ефективне управління діяльністю торговельним підприємством та утримання його позицій в сучасному конкурентному середовищі потребує формування гарантовано вірогідної, комплексної обліково-аналітичної інформації, яка повинна знаходитися під постійним контролем якості для проведення аналізу, прийняття правильних управлінських рішень та визначення подальшої стратегії розвитку. Саме контроль якості інформаційного сервісу торговельного підприємства дозволяє надати і стейкхолдерам достовірну інформацію з метою їх залучення до співпраці, а також координувати рух інформаційних потоків та його темп між центрами відповідальності в межах суб'єкту господарювання.

В умовах сьогодення інформаційний сервіс ритейлу наповнюється внутрішньою та зовнішньою (вхідною) інформацією, використовуючи широкий спектр можливостей інформаційно-комунікаційних технологій відповідно до концепції «Індустрія 4.0». Внутрішня інформація поділяється на фінансову, управлінську та нефінансову. Джерелом для контролю якості облікової інформації стають первинні бухгалтерські документи, облікові регістри, а також дані фінансової та управлінської звітності, які генеруються в системі бухгалтерського обліку. Якісні характеристики облікової інформації визначено НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Інформація повинна

бути: «дохідлива і зрозуміла її користувачам; достовірна (правдива); повинна надавати можливість користувачам порівнювати фінансові звіти. Вважаємо, що якість обліково-аналітичної інформації повинна визначатися і такими характеристиками як: релевантність, аналітичність, цінність та співставність.

Бухгалтерський облік в Україні регулюється з боку держави. Тому фінансова інформація повинна відповідати вимогам чинного законодавства (в інституційному середовищі бухгалтерського обліку виділяють ієрархію рівнів його регламентації: законодавчо-правові акти, Н(С)БО, методичні рекомендації) та внутрішнім організаційним регламентам (облікова політика, положення, інструкції, накази підприємства). Також контролю якості повинна підлягати і нефінансова звітність, яка розкриває інформацію про екологічні, соціальні процеси на підприємстві з метою популяризації своєї діяльності відповідно до визначених соціальних ініціатив. Зауважимо, що у разі використання управлінської та нефінансової звітності існує ймовірність отримання недоброчесної інформації, оскільки форми звітності з боку держави не регламентовано, а їх складання здійснюється за індивідуальним підходом фахівця та в зручному для нього довільному форматі.

Обліково-інформаційний сервіс підприємства передбачає і акумулювання вхідних даних до підприємства (зовнішня інформація), які поступають із зовнішнього середовища через мережу Інтернет. З інтернет-ресурсів (сайтів об'єктів господарювання) відповідальні особи отримують фінансову звітність інших підприємств, статистичні дані, які не підлягають перевірці, а вважаються офіційно підтвердженими. У цьому разі інформація вже відповідає якісним характеристикам та повинна бути достатньою для проведення аналітичних процедур та прийняття рішень. Також до вхідної інформації можна віднести інформацію маркетингових досліджень: стан ринків збуту товарів, рейтинги підприємств, можливості потенційних покупців, рівень інфляції, тарифи на послуги (транспортні, споживчі) тощо.

Проведені дослідження свідчать про можливість використання системи показників (коефіцієнтів) якісної оцінки інформації в системі управління підприємством. Так група науковців вважають за необхідне використовувати для контролю якості інформації показники: «коефіцієнти повноти інформації; коефіцієнт точності інформації; коефіцієнт суперечливості інформації; продуктивність інформації; коефіцієнт інформаційної оснащеності; коефіцієнт захищеності інформації [1]. З метою організації контролю якості інформації в підприємствах електронної торгівлі вважаємо базовими показниками: коефіцієнт достатності вхідної інформації; коефіцієнт достатності управлінської інформації; коефіцієнт достатності нефінансової інформації; коефіцієнт точності фінансової інформації. Дана система показників дозволить отримати інформацію про ефективність роботи центру формування та передачі інформації на підприємстві, використовуючи налагоджені канали комунікації. Переважно в сучасному ритейлі для організації облікової комунікації використовують інформаційні технології для обміну, синхронізації даних між центрами відповідальності.

В умовах поширення цифровізації актуальності набувають питання інформаційної безпеки та визначається як «процес створення відповідних умов щодо формування ефективної системи захисту та обміну інформацією на підприємстві» [2]. Створення інформаційної безпеки на підприємстві електронної торгівлі можливе за умови дотримання таких імперативів: учасники обміну інформацією, інформаційний сервіс системи управління, захист інформаційного сервісу та рішення щодо попередження загроз безпеці інформації. Врахування зазначених імперативів дозволять забезпечити збереження фінансової та нефінансової інформації підприємства. Однак в реаліях сьогодення виникають ситуації щодо компрометації даних, яка розглядається як несанкціонований доступ до обліково-аналітичної інформації. Тому в процесі формування інформаційного сервісу та його використання необхідно здійснювати ідентифікацію потенційних компрометацій даних, які несуть в собі загрозу інформаційній безпеці підприємства.

Важливим етапом запровадження системи контролю якості інформації є розробка та використання Положення про організацію контролю якості інформації, в основу якого буде покладено рекомендований порядок організаційних дій в управлінській системі підприємств ритейлу:

- формування центру контролю та управління інформацією;
- визначення переліку об'єктів контролю (фінансова, управлінська, нефінансова інформація, вхідна інформація);
- визначення інформаційних джерел для організації контролю;
- здійснення оцінки якості вхідної інформації;
- проведення оцінки якості інформації фінансового та управлінського обліку;
- оцінка якості інформації фінансової та управлінської звітності, а також нефінансової звітності;
- оцінка ступеню технічного забезпечення для визначення темпів руху інформації в межах підприємства;
- інформаційні комунікації;
- запобігання компрометації даних.

Дотримання вимог означеного організаційного регламенту дозволить створити систему контролю якості інформації підсистем фінансового та управлінського обліку, що забезпечить формування надійного інформаційного сервісу для проведення аналітичних процедур та прийняття рішень щодо розвитку підприємств електронної торгівлі.

Інформаційні джерела:

1. Євсєєва О., Підопригор І., Ковальова Д.. Формалізація показників нефінансової звітності на основі даних обліково-аналітичного забезпечення підприємства. *Економічний простір*. №181. 207-212. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-37>
2. Акімова Н.С., Кирильєва Л.О., Наумова Т.А. Інформаційна безпека підприємств торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного суспільства. *Підприємництво і торгівля*. №35. 5-10. <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-35-01>