

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528)

Ефективна ЕКОНОМІКА



Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ЛКС Центр

Видавництво ТОВ «ЛКС-центр»

Ефективна економіка № 9, 2017

УДК 657:63

*Л. Ю. Патраманська,
асистент кафедри обліку та оподаткування,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця*

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ КОНТРОЛЮ ОСНОВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ Е-КОМЕРЦІЇ

*L. Patramanska,
Assistant of accounting and taxation department of
Vinnytsia Institute of Trade and Economics KNUTE, Vinnitsa*

KEY ASPECTS CONTROL OF CORE BUSINESS ENTERPRISE ECOMMERCE

У статті розглядається проблематика внутрішнього контролю основної діяльності підприємств е-комерції. Автором представлено визначення поняття «основна діяльність» підприємств е-комерції. До ключових напрямків контролю основної діяльності підприємств е-комерції віднесено: перевірку легітимності організаційних засад, законодавчо-нормативної бази основної діяльності суб'єкта господарювання; аналіз і контроль ризиків діяльності суб'єктів електронної комерції; контроль інформаційних систем та технологій підприємства електронної комерції; контроль доходів, витрат та результатів основної діяльності підприємств електронної комерції. Увагу акцентовано на виділенні такого напрямку контролю основної діяльності як контроль ризиків підприємств електронної комерції. Ризики для підприємств електронної комерції було розмежовано у розрізі зовнішніх та внутрішніх. Описано етапи та результати контролю інформаційних технологій підприємства е-комерції.

The article deals with the problems of internal control of the main activities of e-commerce enterprises. The author presents the definition of the concept of "core business" e-commerce companies. The key areas of control of the main activities of enterprises e-commerce include: verification of the legitimacy of organizational principles, legislative and regulatory framework of the main activities of the entity; analysis and control of the risks of the activities of e-commerce entities; control of information systems and technologies of e-commerce enterprise; control income, expenses and results of the main activities of e-commerce companies. Attention is focused on the allocation of such direction of control of the main activities as risk control of

e-commerce companies. The risks to e-commerce companies were differentiated in terms of external and internal. The stages and results of control of information technologies of e-commerce enterprise are described.

Ключові слова: внутрішній контроль, електронна комерція, контроль ризиків, інформаційні технології, моніторинг.

Keywords: internal control, e-commerce, risk control, information technology, monitoring.

Постановка проблеми. Діюче вітчизняне законодавство не передбачає чіткої регламентації порядку організації та реалізації внутрішнього контролю на підприємствах приватної форми власності, отож власники суб'єктів господарювання можуть самостійно обирати форми та методи внутрішнього контролю. З іншого боку, відсутність чіткої регламентації підходів до внутрішнього контролю, а також фрагментарність наукових напрацювань у сфері електронного бізнесу можуть призвести до зниження ефективності діяльності суб'єктів електронної комерції.

Згідно проведеного опитування внутрішніх аудиторів, 70 % респондентів абсолютно впевнені в тому, що система внутрішнього контролю на підприємствах е-комерції є відмінною від тієї, що впроваджена на підприємствах традиційної економіки. Близько 90% респондентів погодились, що внутрішній контроль на підприємствах е-комерції є на стільки ж важливим як для підприємств традиційної комерції. Всі опитані погодились із тим, що у сфері електронної комерції методика внутрішнього контролю має бути побудована з урахуванням вивчених ризиків, а також повинна включати чітку політику документування та процедур [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження проблем контролю діяльності підприємств електронної комерції є фрагментарними та не дають змогу побудувати єдиний комплексний підхід до його реалізації.

Загальні принципи внутрішнього контролю в умовах ведення бізнесу в інтернет-середовищі розкривають Венлі Ван та Мінні Ю-мін Єн, які акцентують увагу безпосередньо на контролі технічних аспектів діяльності підприємств цього сектору, а це не охоплює все коло завдань, які слід виконати в ході контролю основної діяльності [2].

Сюй Венкян та Тан Цзяньсін виокремили низку проблем у внутрішньому контролі підприємств е-комерції, зокрема незадовільні умови, неналагодженість системи управління ризиками, нераціональність системи контролю та ін.[3].

Окремі аспекти удосконалення контролю у сфері електронної комерції описує Борейко Н.М., проте увага зосереджена саме на податковому контролі суб'єктів електронного бізнесу[6].

Адміністративно-правові аспекти податкового контролю діяльності суб'єктів електронної комерції розглядає також Самань В.В. На думку якого, основними проблемами, що знижують результативність даного виду є контролю є екстериторіальність мережі Інтернет, що не дозволяє в повній мірі здійснювати податковий контроль в межах конкретної держави, так як рух інформації в Інтернеті в силу специфіки цієї мережі часто не може бути регламентовано законодавством тільки однієї країни [9].

У статті Гамової І.В. розглядається маркетинговий контроль на підприємствах е-комерції, що має за мету виявити позитивні та негативні моменти в конкурентних можливостях організації і внести відповідні корективи [7].

Як свідчить проведений аналіз, проблематика контролю основної діяльності підприємств електронної комерції залишається недостатньо розкритою, що обумовлює актуальність подальших досліджень у даному напрямку.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення ключових аспектів контролю основної діяльності підприємств е-комерції з урахуванням специфіки їх діяльності.

Викладення основного матеріалу. Із впровадженням сучасних інформаційних технологій у практику господарювання підприємств відбулась трансформація їх управлінської системи, що вимагає перегляду традиційного підходу до реалізації контрольної функції. Система внутрішнього контролю на підприємствах е-комерції являє собою сукупність механізмів контролю, що функціонують у відповідності до ризиків, що супроводжують бізнес-процеси підприємств електронної комерції.

Під поняттям «основна діяльність підприємств електронної комерції» слід розуміти різного роду бізнес-операції, в тому числі виробництво, реалізація продукції, товарів, робіт, послуг, що є головною метою створення підприємства, забезпечують основну частку його доходу та проводяться з використанням сучасних інформаційних технологій, систем та комунікаційних засобів. Оскільки основна діяльність підприємств е-комерції включає в себе широке коло бізнес-операцій, то постає необхідність систематизувати контрольні дії за напрямками їх здійснення.

Ключовими аспектами контролю основної діяльності підприємств, на наш погляд, є наступними:

- перевірка легітимності організаційних засад, законодавчо-нормативної бази основної діяльності суб'єкта господарювання;
- аналіз і контроль ризиків діяльності суб'єктів електронної комерції;
- контроль інформаційних систем та технологій підприємства е- комерції;
- контроль доходів, витрат та результатів основної діяльності підприємств е-комерції.

На наш погляд, виокремлення першого напрямку контролю в рамках перевірки основної діяльності є важливим та необхідним, оскільки вітчизняне законодавство в цілому, зокрема і у сфері електронного бізнесу, є нестабільним, а тому потребує постійного моніторингу та встановлення відповідності діяльності даного суб'єкта законодавчо-нормативним вимогам.

Якщо система внутрішнього контролю не попередить та не виявить вчасно порушення нормативно-правових актів, які регулюють основну діяльність суб'єкта господарювання в сфері електронної торгівлі, то підприємство може зазнати збитків.

Після оцінки ступеня дотримання ключових законодавчих вимог проводить аналіз, оцінка та контроль ризиків, оскільки вони безпосередньо пов'язані із зовнішнім середовищем підприємства е-комерції. Ризик завжди передбачає імовірнісний характер результату, при цьому в основному під словом ризик найчастіше розуміють ймовірність отримання несприятливого результату (втрат), хоча його можна описати і як ймовірність отримати результат, відмінний від очікуваного. Існування ризику пов'язано з неможливістю з точністю до 100% прогнозувати майбутнє.

В електронній комерції ризик означатиме можливість втрати частини ресурсів, отримувати менший прибуток або поява додаткових витрат віртуального підприємства в результаті реалізації його фінансово-господарської діяльності.

Беззаперечно, уникнути всіх ризиків в електронній торгівлі неможливо, тому усі підприємства повинні закладати до свого плану витрат фінансові ресурси на покриття негативних наслідків. Проте, покриття фінансовими ресурсами негативних наслідків настання ризиків не завжди є можливим, а якщо і є можливим, то не завжди є доцільним. Керівники підприємства не завжди об'єктивно розуміють важливість попереднього моніторингу та контролю ризиків, що дозволяють нівелювати деякі ризики. В цілому аналіз і контроль ризиків є лише окремими етапами цілого алгоритму управління ризиками, що включає в себе:

- визначення та ідентифікацію потенційних ризиків;
- аналіз та оцінку ідентифікованих ризиків;
- вибір та застосування певного методу управління ризиками, прийняття рішень в умовах невизначеності ризиків;
- реагування на настання ризикових подій;
- розробка та реалізація заходів для зменшення негативних наслідків настання ризику;
- моніторинг зовнішніх та внутрішніх ризиків;
- контроль та аналіз ризиків та розробка заходів щодо їх попередження.

Оскільки діяльність суб'єктів е-комерції відбувається у принципово новому середовищі, якому властиві як загальні підприємницькі ризики, так і специфічні. Ключовим підходом в класифікації ризиків є їх розподіл на групи за причинами виникнення та походженням.

Причинами, що впливають на виникнення ризику в проектах електронної комерції можуть бути:

- зниження цін з боку конкурентів;
- будь-які потенційно несприятливі тенденції в галузі;
- значне перевищення витрат з планування та експлуатації;
- зміни плану розвитку;
- нездатність досягти запланованого рівня продажу на певну дату внаслідок пролонгації термінів постачання;
- складнощі в отриманні необхідних банківських кредитів;
- збільшення витрат на модернізацію та розвиток діяльності;
- відсутність висококваліфікованих працівників [4,5,8].

В рамках даного дослідження, в першу чергу, слід виокремлювати зовнішні та внутрішні ризики в залежності від середовища їх походження. Необхідність такої класифікації обумовлена принципово різними підходами до їх аналізу та контролю.

Зауважимо, що для результативного контролю ризиків підприємств електронної комерції має чітко усвідомлювати сутність всіх ризиків, причини їх походження, оскільки розробка заходів щодо їх попередження, ліквідації негативних наслідків буде ґрунтуватись на основі цих даних. На рис. 1 відображено прийнятний, на наш погляд, підхід до класифікації ризиків діяльності підприємств е-комерції.



Рис. 1. Класифікація ризиків підприємств е-комерції

Ризики електронного підприємництва мають ряд своїх відмінностей, які суттєво відрізняються від традиційних, що в першу чергу викликано сферою функціонування та специфікою самої господарської діяльності даних підприємств. Ступінь схильності окремого підприємства до ризиків в значній мірі визначається бізнес-політикою, підходом до оперативності політики виявлення шахрайства та профілактичних інструментів контролю безпеки, а також видами товарів і послуг.

Для ідентифікації ризиків використовують методи анкетування, інтерв'ю, експертних оцінок, спостереження, SWOT-аналіз та ін. Після діагностики виявлення ризику ранжуються за ймовірністю настання та розміром можливого збитку і підлягають оцінці з допомогою кількісних та якісних показників.

Вибір методів аналізу ризиків кожного підприємства електронної комерції обумовлений професійною компетенцією суб'єктів контролю, технічними можливостями, а також потребою в ступені деталізації ризиків і їх наслідків.

Суб'єкти контролю основної діяльності підприємств електронної комерції не мають впливу на більшість зовнішніх ризиків, а тому такі ризики підлягають перманентному моніторингу.

Діяльність з моніторингу повинна бути інтегрована в бізнес-процеси суб'єкта господарювання з метою забезпечення динамічності управління ризиками і можливості змін відповідно до змін в діяльності підприємства. Періодичний аналіз процесу по управлінню ризиками, способів, прийомів і методів управління ризиками організації особливо актуальні в тому випадку, коли вносяться зміни до її організаційної структури, актуалізуються стратегічні цілі або змінюються основні параметри зовнішнього оточення.

У ході моніторингу та управління ризиками використовуються різні методики та інструменти. Найбільш широке застосування набули: перегляд ризиків, аудит ризиків, аналіз відхилень і трендів, технічний вимір виконання і аналіз резервів. Незалежно від обраних методів моніторинг ризиків повинен бути безперервним на всіх етапах основної діяльності суб'єкта електронної комерції.

Система контролю за внутрішніми ризиками на підприємстві має здійснювати перевірку відповідності фактичних ризиків цільовим та застосовувати адекватні заходи при виявленні невідповідності.

Для підприємств електронної комерції, основна діяльність яких не може відбуватись без інформаційних та комунікаційних технологій, неможливо провести внутрішній контроль без перевірки інформаційних технологій та систем.

Внутрішній контроль інформаційних технологій полягає у:

- 1) вивченні поточного стану і планів розвитку інформаційних технологій на конкретному підприємстві;
- 2) порівняння результатів з тим, як повинні працювати інформаційні системи в ідеальному (оптимальному) стані (тобто з відповідними стандартами в цій галузі);

3) розробці рекомендацій для підприємства – аби досягти максимального наближення до зазначених стандартів.

Контроль проводиться шляхом анкетування та інтерв'ю фахівців за окремими напрямками, вивчення наявної нормативної документації, організаційної структури, принципів управління інформаційними технологіями, вибіркового чи суцільного тестування апаратного забезпечення, продуктивності мережі, документальної перевірки, інвентаризації, аналізу накопиченої інформації, розробки відповідних рекомендацій та підготовки звіту.

За результатами контролю інформаційних технологій на підприємстві електронної комерції може бути конкретно сформульований звіт за результатами контролю даного об'єкта та який буде містити відповіді на такі запитання:

- 1) чи відповідає використовувана інформаційна система та інформаційні технології цілям і завданням підприємства;
- 2) яка структура комплексу апаратно-програмних засобів підприємства;
- 3) який техніко-технологічний рівень використовуваних ІТ, чи відповідає він сучасним вимогам;
- 4) який ступінь захисту конфіденційних даних;
- 5) яка надійність функціонування інформаційної системи, а також шляхи мінімізації ризиків виникнення різних збоїв апаратного й програмного характеру;
- 6) наскільки існуючі інформаційні системи виправдовують вкладені в них інвестиції;
- 7) чи відповідає кваліфікація співробітників відділу технічної підтримки необхідним вимогам по супроводу ІС підприємства;
- 8) які критерії ефективності функціонування інформаційної системи підприємства, за якими можна зробити висновки про можливість використання існуючого устаткування і програмного забезпечення, або необхідність їх модернізації й заміни;
- 9) чи потрібна негайна модернізація ІТ-інфраструктури або поступовий перехід до новітніх технологій.

Наступним етапом контролю основної діяльності підприємств електронної комерції є безпосередньо контроль доходів, витрат та фінансових результатів, що реалізується з метою виконання таких завдань:

- визначити порядок формування та основні елементи облікової політики діяльності підприємства;
- перевірка правильності розмежування доходів, витрат і фінансових результатів діяльності за кожною класифікаційною групою;
- встановлення правильності умов визнання та оцінки доходів і результатів від основної діяльності;
- підтвердження правильності формування та віднесення доходів основної діяльності;
- перевірка правильності ведення обліку витрат;
- встановлення правильності документального оформлення накопичення та списання витрат;
- перевірка достовірності і правильності відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій з обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності;
- підтвердження законності та правильності відображення в звітності доходів, витрат і фінансових результатів діяльності згідно принципів бухгалтерського обліку;
- перевірка правильності формування чистого прибутку звітного періоду, його розподілу та використання;
- уникнення економічних санкцій з боку державних контролюючих органів за результатами перевірок;
- розробка заходів щодо усунення наявних порушень, недоліків ведення обліку;
- розробка рекомендацій та заходів щодо попередження недоліків та порушень в ході основної діяльності підприємства електронної торгівлі.

Реалізація контрольних дій щодо доходів, витрат та фінансових результатів підприємств електронної комерції здійснюється відповідно до наведених вище завдань.

За результатами контролю основної діяльності слід сформувати Звіт про результати внутрішнього контролю основної діяльності підприємства е-комерції, який би містив систематичний виклад основних результатів реалізованих контрольних процедур та рекомендації щодо реалізації результатів контролю із часовими обмеженнями.

Висновки. Отже, контроль основної діяльності підприємств електронної комерції слід здійснювати за такими напрямками: перевірка легітимності організаційних засад, законодавчо-нормативної бази основної діяльності суб'єкта господарювання; аналіз і контроль ризиків діяльності суб'єктів електронної комерції; контроль інформаційних систем та технологій підприємства електронної комерції; контроль доходів, витрат та результатів основної діяльності підприємств електронної комерції. Запропонований підхід до здійснення контролю дозволить забезпечити високу його ефективність та охоплення усіх аспектів основної діяльності підприємства е-комерції.

Література.

1. Rana Hafez Internal Control in E-commerce Environment [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ieeexplore.ieee.org/document/6081235/authors> (дата звернення 20.08.2016). – Назва з екрана.

2. Wenli Wang, Minnie Yi-Miin Yen General Guidelines of Internal Control over Internet-based Electronic Commerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://citeseerx.ist.psu.edu> (дата звернення 20.08.2017). – Назва з екрана.

3. Xu Wenqiang, Tang Jianxin The analysis of the internal control of E-commerce enterprises [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ieeexplore.ieee.org/document/6081235/authors> (дата звернення 20.08.2017). – Назва з екрана.

4. Берко А.Ю. Алгоритми опрацювання інформаційних ресурсів в системах електронної комерції / А.Ю. Берко, В.А. Висоцька, Л.В. Чирун // Інформаційні системи та мережі. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. – Львів 2004. – № 519. – С.10-20.

5. Берко А.Ю. Проектування навігаційного графу web-сторінок бази даних систем електронної комерції/ А.Ю. Берко, В.А. Висоцька // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2004. – № 521. – С. 48–57.

6. Борейко Н. М. Щодо удосконалення контролю за здійсненням операцій у сфері електронної комерції / Н. М. Борейко // Реформування податкової системи України відповідно до європейських стандартів : зб. матер. V наук.-практ. конференції, 31 жовтня 2013 р. / Мін. дох. і зб. України, Нац. унів. ДПС України, Наук.-досл. центр з пробл. оподат. – Ірпінь : Видавництво Національного університету ДПС України, 2013. – 558 с. – С. 68–73.

7. Гамова І. В. Основні функції управління маркетингом підприємств у сфері електронної торгівлі / І. В. Гамова // Економічний вісник Донбасу. - 2014. - № 3. - С. 88-95.

8. Електронна комерція : Навч. посіб. / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф.А. Левченко, В.М. Гужва, В.С. Трохименко; Київ. нац. екон. ун-т. - К., 2002. - 326 с.

9. Самань В. В. Адміністративно-правове регулювання здійснення податкового контролю у сфері електронної комерції / В. В. Самань // Часопис Академії адвокатури України. - 2014. - Т. 7, № 4. - С. 53-58.

References.

1. Rana Hafez (2011), “ Internal Control in E-commerce Environment”, available at: <http://ieeexplore.ieee.org/document/6081235/authors> (Accessed 20 August 2017).

2. Wenli Wang, Minnie Yi-Miin Yen (2012), “General Guidelines of Internal Control over Internet-based Electronic Commerce”, available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu> (Accessed 20 August 2017).

3. Xu Wenqiang, Tang Jianxin (2011), “The analysis of the internal control of E-commerce enterprises”, available at: <http://ieeexplore.ieee.org/document/6081235/authors> (Accessed 20 August 2017).

4. Berko, A.Y., Vysots'ka, V.A., Chyrun L.V. (2004), “ Algorithms for processing information resources in e-commerce systems ”, *Informatsijni systemy ta merezhi. Visnyk Natsional'noho universytetu “L'viv's'ka politekhnika”*, vol.519, pp. 10-20.

5. Berko, A.Yu., Vysots'ka, V.A. (2004), “Designing a navigation graph for web-pages of a database of e-commerce systems”, *Visn. Nats. un-tu “L'viv's'ka politekhnika”*, vol. 521, pp. 48–57.

6. Borejko, N. M. (2013), “Concerning the improvement of control over the implementation of operations in the field of e-commerce”, *Zb. mater. V nauk.-prakt. konferentsii* [Mater. V Sciences-practice. Conference], *Reformuvannia podatkovoi systemy Ukrainy vidpovidno do ievropejs'kykh standartiv*, University of State Tax Service of Ukraine, Irpen, Ukraine, 31.10.2013, pp.68-73.

7. Hamova, I. V. (2014), “ The main functions of managing the marketing of enterprises in the field of e-commerce ”, *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*, vol.3, pp. 88-95.

8. Bereza, A. M., Kozak, I. A., Levchenko, F.A., Huzhva, V.M. and Trokhymenko, V.S. (2002), *Elektronna komertsiiia* [E-commerce], KNTEU, Kyiv, Ukraine.

9. Saman', V. V. (2014), “Administrative and legal regulation of the implementation of tax control in the field of e-commerce”, *Chasopys Akademii advokatury Ukrainy*, vol. 7, pp. 53-58.

Стаття надійшла до редакції 21.08.2017 р.



ТОВ "ДКС Центр"

Вропу