

4. Отчетность в формате XBRL: сроки внедрения и перспективы развития.
URL: <http://seminar-go.ru/materials/ar5/11.pdf>
5. Быковская Е., Юзефальчик И. Новый формат представления финансовой отчетности – XBRL: преимущества и необходимость внедрения.
URL: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10321.pdf>.
6. IFRS Taxonomy 2017. A view of the IFRS Taxonomy 2017 in Ukrainian.
URL: <https://zakon.help/article/taksonomiya-2017-ukrainskoou/>
7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закону України від 16.07.1999 № 996-XV // Офіційний вісник України. 1999. № 33.
8. Меморандум про взаєморозуміння щодо розробки і запровадження Системи фінансової звітності від 18.12.2017 № 102/15. URL: https://www.nssmc.gov.ua/wpcontent/uploads/2017/12/MemorandumXBRL_Minfin_NBU_NSSMC_NFP_15122017pdf.pdf

УДК 657.3

Бондар Т.А.

*к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
м. Київ, Україна*

БІЗНЕС – МОДЕЛЬ: РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ У ЗВІТІ ПРО УПРАВЛІННЯ

Побудова стійкої глобальної економіки шляхом поєднання довгострокової прибутковості із соціальною справедливістю та захистом навколишнього середовища вимагає розкриття підприємствами інформації про їх соціальні та екологічні аспекти, з метою виявлення ризиків, які загрожують стійкості та розвитку підприємства, а також підвищення довіри стейкхолдерів. Відповідно до Директиви 2013/34/ЄС «Про річну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язану звітність певних типів підприємств» від 26.06.13 р. та Директиви 2014/95/ЄС «Про розкриття нефінансової та диверсифікованої інформації окремими великими компаніями та групами» від 22.10.14 р. така нефінансова інформація повинна бути розкрита у Звіті про управління.

Законотворчі ініціативи України у сфері розкриття нефінансової інформації у звітності українських підприємств та імплементації положень Директив 2013/34/ЄС та 2014/95/ЄС були означені прийняттям Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (щодо удосконалення деяких положень) № 2164-VIII від 05.10.2017 (далі - Закон № 2164-VIII), який набрав чинності з 01.01.2018 р.

Законом № 2164-VIII визначені основні положення складання Звіту про управління (далі – Звіт), який містить фінансову та нефінансову інформацію,

що характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [7].

За результатами діяльності 2018 року обрані підприємства України повинні будуть скласти та представити (оприлюднити) указаний Звіт. До обраних увійшли великі та середні підприємства, а також підприємства, які становлять суспільний інтерес, а саме: емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів; банки; страховики; недержавні пенсійні фонди; інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств) та підприємства, які належать до великих підприємств.

Мікро та малі підприємства звільнені від обов'язку складання Звіту, оскільки через обмеженість ресурсів їм важко дотримуватися регуляторних вимог, які потребують значних витрат ресурсів, до того ж вимога складання додаткової форми звітності може стати для них надмірним адміністративним тягарем. Середні підприємства мають право не відображати нефінансову інформацію.

У цілому, Звіт повинен містити достовірний огляд розвитку, діяльності та стану підприємства, а також опис основних ризиків і невизначеностей, з якими він стикається. Огляд має бути збалансованим і комплексним аналізом розвитку, діяльності та стану підприємства, відповідно до розміру і складності бізнесу. Такий аналіз повинен включати як фінансові, так і там, де це необхідно, нефінансові основні показники діяльності, що стосуються певного виду діяльності, у тому числі інформацію екологічного та соціального характеру [2].

Відповідно до структури Звіту у складі загальної інформації про підприємство необхідно розкрити короткий зміст його бізнес-моделі.

Незважаючи на популярність вживання терміну «бізнес-модель», на сьогодні не існує єдиного визначення цього поняття ні в науковій літературі, ні в нормативних документах. У цілому, при визначенні сутності поняття «бізнес-модель» закордонні вчені виокремлюють 2 підходи:

- 1) орієнтований на бізнес-процеси/ролі [6, 4,5];
- 2) орієнтований на цінність/клієнта [6, 1,3].

Перший підхід пов'язаний з розглядом діяльності підприємства з точки зору бізнес-процесів і технологій (фокус уваги спрямований всередину підприємства). Другий підхід, навпаки, передбачає орієнтацію на цінність, яку підприємство створює для зовнішніх клієнтів, а також на результати діяльності. Проте, основне завдання бізнес-моделі підприємства – перетворити внутрішні «входи» бізнесу (ресурси, технології, здібності, компетенції) у зовнішні «виходи» (економічну цінність для покупців і фінансовий результат для компанії).

Якщо досліджувати походження поняття «бізнес-модель», то:

- «бізнес» – самостійна, здійснювана на свій ризик діяльність, спрямована на систематичне одержання прибутку від користування майном, продажу

продуктів (послуг), виконання робіт або надання послуг особами, зареєстрованими в цій якості у встановленому законом порядку. Ефективність підприємницької діяльності може оцінюватися не тільки розмірами отриманого прибутку, але й зміною вартості бізнесу (ринкової вартості підприємства);

- «модель» – образ, аналог (уявний або умовний: зображення, опис, схема, креслення, графік, план, карта й т.д.) якого-небудь об'єкта, процесу або явища («оригіналу» даної моделі), який є спрощеним відображенням реальності.

Таким чином, «бізнес-модель» – це схема функціонування бізнесу певного підприємства, яка дає відповідь на питання:

1) як підприємство здійснює бізнес? Це трактується як взаємодія різних суб'єктів (споживачі, постачальники, посередники, інвестори) та об'єктів (продукти, послуги, роботи, процеси) бізнес-моделі;

2) що підприємство використовує для здійснення бізнесу? Під цим розуміється наявність у компанії специфічних “входів” – ресурсів, здібностей, компетенцій;

3) яку цінність забезпечує підприємство споживачам? Орієнтація на створення високої доданої вартості (цінності) для споживачів є однією із найважливіших характеристик бізнес-моделі.

4) яким є механізм отримання прибутку підприємством? Ця фінансова характеристика бізнес-моделі забезпечує завершеність її економічного змісту.

Отже, бізнес-модель доцільно розглядати як спрощене відображення механізму ведення певної економічної діяльності, пов'язаної з виробництвом продукції (продажем товарів, наданням послуг, виконанням робіт), що є цінною для споживача, та забезпечує отримання прибутку [8]. Опис бізнес-моделі підприємства забезпечує загальний контекст для Звіту.

З огляду на вищенаведену інформацію, у Звіті про управління доцільно вказати такі положення щодо бізнес-моделі підприємства:

– організаційна структура управління підприємством;

– стратегія та цілі діяльності підприємства; взаємозв'язок цілей для досягнення стратегічної мети;

– відображення господарських процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку;

– регіональні ринки діяльності підприємства, або певні сегменти (район у межах міста, області тощо);

– основні тенденції та чинники, які можуть вплинути на подальший розвиток підприємства;

– гнучкість і динамічність бізнес-моделі розкривається, як зміни у зовнішньому та внутрішньому бізнес-середовищі враховуються управліннями і як це впливає на бізнес-модель підприємства;

– види та рівень ризиків, пов'язаний із здійсненням стратегії;

– істотні зміни бізнес-моделі, які відбулися за звітний рік.

На практиці не може бути двох ідентичних бізнес-моделей, якими керуються підприємства, навіть якщо вони належать до тієї самої галузі. Це пояснюється умовами функціонування кожного з підприємств: особливостями адаптації внутрішнього середовища до вимог зовнішнього оточення, а також ступенем активності впливу керівництва на формування середовища функціонування організації взагалі [9].

Бізнес-модель кожного підприємства є унікальною, тому інформація у Звіті буде носити індивідуальний характер, і може не мати аналогів. Тому положення щодо відображення такої інформації у Звіті можуть носити лише рекомендаційний характер.

Список використаних інформаційних джерел

1. Afuah A. Business Models: A Strategic Management Approach / A. Afuah.– New York : McGraw-Hill, 2004.– 415 p.
2. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=celex%3A32013L0034>
3. Eisenmann T. R. Internet Business Models / T. R. Eisenmann. – New York : Irwin / Mc Graw-Hill, 2002. – 215 p.
4. Osterwalder A. Business Model Generation / A. Osterwalder, P. Yves. – Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, Inc, 2010. – 282 p.
5. Pohle G. IBM's Global CEO Report 2006: Business Model Innovation Matters / G. Pohle, M. Chapman // Strategy & Leadership. – 2006. – № 34(5). – P.34–40.
6. Zott C. Business Model Design: An Activity System Perspective / C. Zott, R. Amit // Long Range Planning. – 2010. – № 43(2/3). – P. 216–226.
7. Про внесення змін до Закону України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” щодо удосконалення деяких положень : закон України від 05.10.2017 № 2164-VIII. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>
8. Скриль В.В. Бізнес-моделі підприємства: еволюція та класифікація / В.В. Скриль В.В.// «Економіка та суспільство». Електронне наукове фахове видання – МДУ. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/82.pdf
9. Чухрай А. І. Онтологія поняття “бізнес-модель” підприємства / А. І. Чухрай // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2012. – № 749 : Логістика. – С. 94–103. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/25824/1/20-94-103.pdf>