

вання прибутку підприємства, грн; $\bar{V}$ – математичне сподівання прибутку підприємства, грн; P' – імовірність того, що прибуток підприємства не перевищить його математичного сподівання, частка одиниці.

Як впливає з викладеного вище, реалізація запропонованого підходу до апроксимації функції розподілу імовірності прибутку підприємства дає змогу отримати низку даних, за допомогою яких можна достатньо точно описувати наслідки інвестування коштів у власний та позичковий капітал підприємства у контексті оцінювання ризикованості та доходності такого інвестування. При цьому такий підхід дає змогу провести групування підприємств за ступенем імовірності їх банкрутства, поділивши сукупність цих підприємств на чотири групи ризику:

- група 1 – до неї відносять підприємства, для яких сума процентів за користування позичковими коштами не перевищує нижню межу коливання прибутку підприємства, тобто $V(P_0) \leq V(0)$. Підприємствам, що належать до цієї групи, банкрутство не загрожує у будь-якому випадку;
- група 2 – до неї відносять підприємства, для яких $V(0) < V(P_0) \leq V(1/3)$. Цю групу підприємств можна назвати групою з низькою імовірністю банкрутства;
- група 3 – до неї відносять підприємства, для яких $V(1/3) < V(P_0) \leq V(2/3)$. Цю групу підприємств можна назвати групою із середньою імовірністю банкрутства;
- група 4 – до неї відносять підприємства, для яких $V(2/3) < V(P_0) \leq V(1)$. Цю групу підприємств можна назвати групою із високою імовірністю банкрутства.

Висновки. Найбільш плідним підходом до оцінювання схильності підприємства до банкрутства є використання з цією метою апарату теорії імовірності та математичної статистики. Зокрема, базуючись на запропонованому методі оцінювання ризикованості інвестування коштів у власний та позичковий капітал підприємства, як індикатор його схильності до банкрутства доцільно взяти коефіцієнт варіації величини процентів за користування позичковими коштами за показником середньолінійного відхилення.

Використання розробленого методу апроксимації функції розподілу імовірності прибутку підприємства лінійними функціями дасть змогу фінансовим менеджерам підприємства забезпечити наперед заданий рівень ризику в умовах обмеженої інформації про параметри функції розподілу імовірності та отримати низку даних, які достатньо адекватно описують наслідки інвестування коштів у власний та позичковий капітал підприємства у контексті оцінювання ризикованості та доходності такого інвестування. Зокрема, на основі такого підходу можна здійснити групування підприємств за ступенем імовірності їх банкрутства.

Подальші дослідження питання розробки методичних засад оцінювання схильності підприємства до банкрутства потребує більш детального вивчення закономірностей формування вартості власного та позичкового капіталу господарюючого суб'єкта залежно від параметрів функції розподілу імовірності його прибутку.

Література

1. Астахов В.П. Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством / В.П. Астахов. – М.: Изд-во "Ось-89", 2006. – 168 с.
2. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / под ред. А.П. Градова, Б.И. Кузина. – СПб.: Специальная литература, 2006. – 398 с.
3. Рыженков А.Н. Особенности реструктуризации крупного промышленного комплекса : монография / А.Н. Рыженков. – НАН Украины. Ин-т экономики пром. – Донецк, 2002. – 218 с.
4. Гавриляк А.С. Оцінювання позичкового потенціалу підприємства у процесі розробки стратегії запобігання його банкрутству / А.С. Гавриляк, В.А. Гришко, О.Я. Колешук // Управління у сфері фінансів, страхування та кредиту : тези доп. Всеукра. наук.-теорет. конф. – Львів : НУ "Львівська політехніка". – 2007. – С. 203-205.
5. Тищенко О.М. Моделювання оцінки та прогнозування фінансової стійкості підприємства / О.М. Тищенко, Л.О. Норік // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – Сер.: Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка". – 2009. – № 640. – С. 406-415.
6. Рубан Т. Механізм управління фінансовою стійкістю підприємства / Т. Рубан, І. Білобров, К. Кандиба // Схід. – 2012. – № 6 (120). – С. 67-73.
7. Ващенко Л.О. Аналіз фінансового стану підприємств: Інформаційне та методичне забезпечення : монографія / Л.О. Ващенко, П.М. Сухарев. – Донецьк: "Вебер" (донецька філія), 2007. – 185 с.
8. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. —М.: Изд-во "Финансы и статистика" / В.В. Ковалев. – 2001. – 304 с.

Дашко И.М., Колешук О.Я., Паньків В.Ю. Методические основы оценки склонности предприятия к банкротству

Создан метод оценки склонности предприятия к банкротству на основе определения рискованности инвестирования средств в его собственный и заемный капитал. Предложен индикатор склонности предприятия к банкротству. Разработан метод группировки предприятий в зависимости от степени вероятности их банкротства, который базируется на изучении и моделировании вероятностных параметров ожидаемых финансовых результатов деятельности хозяйствующих субъектов.

Ключевые слова: предприятие, банкротство, склонность, рискованность, индикатор, капитал, вероятностные параметры, финансовые результаты.

Dashko I.M., Koleshyk O.Ya., Pankiv V.Yu. Methodical bases evaluation propensity company into bankruptcy

A method for evaluating propensity company into bankruptcy on the basis of determining the riskiness of investing in its own and loan capital. An indicator of propensity company into bankruptcy. The method of grouping firms according to the degree of probability of bankruptcy, which is based on learning and probabilistic modeling parameters expectations of financial performance of the entity.

Keywords: enterprise, bankruptcy, addiction, risk indicator, capital, probabilistic parameters, the financial results.

УДК 339.187.44

Доц. Н.Б. Демчишак, канд. екон. наук;
магістр Н.Р. Гамаровська – Львівський НУ ім. Івана Франка

РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ В СТИМУЛЮВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Розглянуто економічний зміст та особливості франчайзингових відносин. Проаналізовано розвиток франчайзингу в Україні. З'ясовано роль франчайзингу в інвестиційно-інноваційному розвитку вітчизняної економіки. Досліджено особливості та

актуальність використання франчайзингу як інноваційної форми організації підприємницької діяльності.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзингові відносини, бренд, бізнес, підприємництво, інвестиції, інновації.

Постановка проблеми. Недостатні обсяги фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності, несприятливе для інновацій інвестиційне середовище і загалом прорахунки в інвестиційній політиці в Україні є причиною низької інноваційної активності вітчизняних підприємницьких структур. У цих умовах доцільно використовувати франчайзинг як спосіб опосередкованого фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності, за допомогою якого здійснюється передача технологічних, маркетингових та організаційних інновацій.

Актуальність дослідження практичних аспектів використання франчайзингу як інноваційної форми організації господарської діяльності на сьогодні пов'язана з тим, що процес становлення і розвитку малого бізнесу відбувається в умовах дефіциту фінансових ресурсів та потенційних можливостей для фінансування, а також відсутності дієвої системи кредитування підприємницької діяльності. Тому одним із шляхів забезпечення стабільного розвитку бізнесу є робота саме на умовах франчайзингових відносин.

Аналіз останніх досліджень. Вивчено теорії франчайзингових відносин у працях іноземних науковців, таких як: Ж. Дельтей, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Мендельсон. З-поміж вітчизняних учених, які досліджували питання становлення та розвитку франчайзингу, варто відзначити: Н. Ковальчука, О. Ковалюка, Є. Кошелеву, В. Ляшенко, О. Ногачевського, В. Шкромату, О. Суховатого та ін. Незважаючи на значну кількість публікацій з окресленої проблематики, питання ефективного впровадження франчайзингу у сферу малого та середнього підприємництва в контексті формування інвестиційно-інноваційної моделі розвитку економіки України надалі залишається відкритим.

Мета дослідження – розкрити економічний зміст і особливості франчайзингу, а також його роль у стимулюванні інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України.

Результати дослідження. Економічний зміст франчайзингу як інноваційної форми організації господарської діяльності полягає у наданні одним суб'єктом господарювання (франчайзером) права на здійснення певної діяльності з використанням його торговельної марки, технологій, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності іншому суб'єкту підприємництва (франчайзі) впродовж встановленого терміну на обмеженій території і на визначених умовах. Тобто франчайзинг – це така форма організації та ведення підприємницької діяльності, відповідно якої один із підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнес-процесу і продає права на ведення бізнесу іншому підприємцю (франчайзі) [8].

Франчайзингові відносини включають в себе елементи інших видів економічних відносин, зокрема інвестування, оренди, трансферу технологій, ліцензування, дилерства, спільної діяльності, купівлі-продажу, надання послуг тощо. У цьому контексті часто недооцінюється роль франчайзингу в інвестиційно-інноваційній діяльності. Зважаючи на економічний зміст і сутнісні характеристики, саме франчайзинг може стати однією із ключових складо-

вих технологічного оновлення національного господарства, його додаткового фінансування та загалом стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України.

Розглянемо детальніше розвиток франчайзингових відносин в Україні в контексті загальносвітових тенденцій. Так, міжнародний франчайзинг передбачає створення франчайзером франчайзингової системи за кордоном, що впродовж останніх десятиліть набуло поширення у світі. Більшість провідних франчайзерів світу мають свої відділення більш ніж у 30 країнах світу. Для прикладу, на сьогодні франчайзингові мережі в США забезпечують близько 13 % ВВП, тоді як частка виробленої продукції за франчайзинговою мережею у ВВП України становить лише 0,1 %, хоча її обсяг динамічно зростає.

Сучасні тенденції розвитку світового ринку франчайзингу підтверджують його перманентне зростання, що свідчить про значні перспективи. На рис. 1 представлено країни-лідери у сфері франчайзингового бізнесу.



Рис. 1. Кількість франчайзингових мереж у різних країнах світу в 2011 р., одиниць [1]

Як видно з рис. 1, лідирують США з 2400 од. франчайзингових мереж, при цьому маючи 767000 франчайзі. Своєю чергою Канада – країна, в якій працюють 1200 франчайзерів, та яка має 300000 франчайзі в усьому світі. Німеччина, де кількість франчайзерів сягає 950, має 49000 франчайзі в різних країнах, а в Італії – 655 франчайзерів та майже 45000 франчайзі відповідно. В Україні станом на 2011 р. функціонує 247 франчайзингових мереж та близько 20000 франчайзингових точок [1]. Загалом у європейських країнах спостерігається тенденція до збільшення кількості франчайзерів та франчайзі.

Розглянемо особливості ринку франчайзингу України. Так, станом на 2012 р. лідерами ринку франчайзингу за критеріями розвитку та грошовим оборотом є компанії, які розвивають іноземні франшизи ("Coca Cola", "Pepsi", "Carlsberg", "InBev", "Lukoil", "Empik", "Ліга Інвест", "Дельта Спорт"). Якщо досліджувати за регіонами походження, то на українському ринку діють переважно українські франчайзери (55 %), європейські (25 %), з країн СНД (12 %), американські франчайзери (5 %). При цьому до десятки найприбутковіших лідерів увійшла також одна українська компанія-франчайзер – "Система швидкого харчування" (FFS) [3]. Цей факт заслуговує особливої уваги, оскільки вказує на те, що українські компанії в майбутньому можуть стати конкурентами іноземним франчайзерам.

Також відбулося розширення галузей франчайзингу: 99 галузей станом на перше півріччя 2012 р., порівняно з 92 галузями станом на перше півріччя 2010 р. Це такі сегменти економічної діяльності, як торгівля (34 галузі),

послуги споживачам (22), громадське харчування (14), інформація (7), виробництво (6), фінанси (9 галузей). Це свідчить про значні перспективи використання франчайзингу як способу стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України та її окремих галузей. Доказом цього є і те, що простежується позитивна тенденція активного розвитку вітчизняного франчайзингу на ринку високотехнологічних товарів і послуг (програмне забезпечення, комп'ютерна індустрія, мультимедіа, мобільний зв'язок, Інтернет-послуги і тощо). В останні роки на українському ринку з'явився і такий інноваційний інструмент, як екологічний франчайзинг. Водночас франчайзинг є економічно вигідним для держави також і тому, що створює нові робочі місця. Так, кількість персоналу, що працювала у франчайзерів у першому кварталі 2012 р., становила понад 200 тис. осіб [6].

У сучасних умовах франчайзинг в Україні є високоприбутковим та рентабельним бізнесом. Як свідчить моніторинг офіційної статистичної інформації про становлення франчайзингу в Україні, цей ринок набув динамічного розвитку – кожного року оборот діючих в Україні франчайзингових мереж збільшується на 15-20 %, що є досить високим показником (рис. 2).

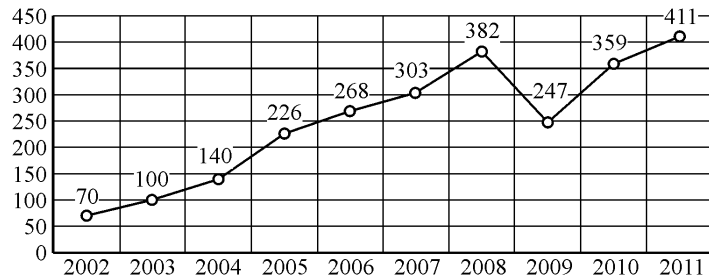


Рис. 2. Динаміка зміни кількості франчайзерів в Україні впродовж 2002-2011 рр. [1]

На сьогодні вітчизняні підприємці розглядають франчайзинг як інноваційну модель розвитку бізнесу. В Україні за системою франчайзингу вже працюють понад 100 торгових марок (не тільки зарубіжних, але й українських). Зокрема основні статистичні показники франчайзингу в Україні станом на 25.07.2012 р. були такими:

- кількість брендів – 1825;
- мереж з України, які працюють за кордоном – 37;
- кількість франчайзерів – 862 (з них франчайзерів діючих – 409; членів АФУ – 124; віртуальних, тобто які не мають франчайзі в Україні або не повідомляють про це – 453);
- кількість точок – 50538 (з них франчайзингових – 22612);
- персоналу в мережах – 497033 [1].

На відміну від країн Європи, в Україні франчайзинг більш поширений у сфері торгівлі, а не послуг. Це насамперед пов'язано з тим, що українці лише знайомляться з франчайзинговою моделлю ведення бізнесу. Розглянемо, у яких сферах економіки найбільше зосереджені українські франчайзери і франчайзі (табл., рис. 3).

Табл. Франчайзингові мережі України станом на 2012 р. [2]

Сегмент економіки	Кількість галузей	Кількість брендів	Кількість франчайзерів	Кількість точок	Кількість франчайзингових точок
Торгівля	34	1021	179	29032	13303
Послуги споживачам	22	313	75	5880	2263
Громадське харчування	14	252	50	2929	1760
Інформація	7	47	8	385	128
Послуги для бізнесу	7	84	21	2535	2116
Виробництво	6	37	12	558	389
Вендінг	5	17	11	6200	1195
Фінанси	4	14	3	638	93
Всього	99	1782	359	48157	21247

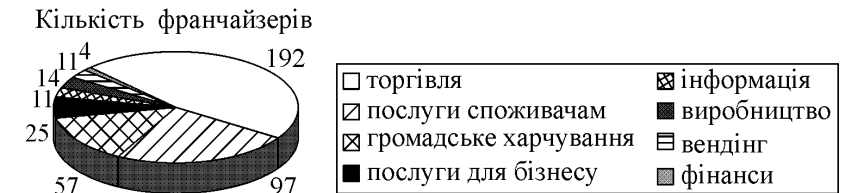


Рис. 3. Діаграма франчайзингових мереж України у 2012 р. [2]

Отже, з табл. 1 та рис. 3 видно, що в 2012 р. в Україні налічувалось 21247 франчайзингових точок, більшість яких (понад 60 %) зосереджено у сфері торгівлі. У сфері послуг споживачам задіяно близько 10 % франчайзі. Майже така ж кількість франчайзі надає послуги для бізнесу, а іншу частину ринку ділять між собою франчайзингові компанії, що працюють у сфері громадського харчування, інформації, виробництва [2].

Отже, франчайзинг в Україні має значні перспективи розвитку. В умовах дефіциту власних фінансових ресурсів у вітчизняних підприємств ключову роль можуть відіграти саме кошти, залучені на умовах франчайзингових відносин. Це підтверджує статистичний аналіз чинників, що перешкоджають здійсненню інновацій, який показує, що найвагомішими з них є передусім економічні: нестача власних коштів (вказали майже 83,0 % промислових підприємств), недостатня фінансова підтримка держави (55,6 %), великі витрати на нововведення (55,9 %), високий рівень ризику (38,9 %), недосконалість законодавчої бази (37,7 %). Крім того, 19,5 % промислових підприємств зазначили, що здійсненню нововведень перешкоджала нестача інформації про нові технології, 18,5 % – відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями, 18,3 % – нестача інформації про ринки збуту, 17,2 % – відсутність кваліфікованого персоналу [9]. Тобто вагомим чинником, що перешкоджає реалізації інновацій, є організаційний, а саме брак досвіду використання такої форми їх впровадження, як франчайзинг, переваги якого наведемо нижче.

Перевагами франчайзингу в умовах необхідності стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України є: 1) висока репутація бізнесу та можливість швидкого одержання прибутків; 2) відсутність потреби в розбудові підприємства та здійсненні усіх, пов'язаних із цим витрат; 3) на-

явність постійних покупців та клієнтів, що мінімізує маркетингові зусилля; 4) технологічна та інша необхідна підтримка з боку франчайзера.

Необхідно зважати також і на певні недоліки франчайзингу: 1) ціна угоди франчайзингу може бути надто високою і мінімізувати майбутні прибутки; 2) проблеми і недоліки франчайзера "переносяться" на франчайзі; 3) ймовірність змін на ринку, внаслідок чого товари стають непотрібними чи неконкурентоспроможними.

У контексті розглянутого вище детальніше зупинемось на залученні інноваційних інвестицій та існуючих стосовно цього проблем.

Так, об'єкти інтелектуальної власності, як об'єкти на право використання результатів інноваційної діяльності (своїєї або чужої), можуть з'явитись у франчайзингового підприємства лише в результаті:

- реєстрації нематеріального активу, виготовленого власними силами франчайзера у відповідних державних органах;
- придбання нематеріального активу франчайзі від франчайзера за ліцензійною або франчайзинговою угодою;
- вкладу сторін у статутний капітал франчайзингового підприємства;
- дарчої угоди;
- правонаступництва або перепродажу.

Відповідно, суб'єктами франчайзингових відносин у сфері інноваційної діяльності можуть виступати, з одного боку, науково-дослідні організації академічної та галузевої, освітньої та промислової науки (франчайзери), а з іншого – дрібні підприємства, підприємці-початківці, окремі науковці, зацікавлені в підвищенні власного добробуту шляхом реалізації або вдосконалення нововведень.

Погоджуємось із думкою вітчизняних науковців, які справедливо виділяють певні проблеми, які перешкоджають залученню інноваційних інвестицій на основі франчайзингу в Україну, зокрема:

- економічні: нестабільність та непередбачуваність розвитку української економіки; відсутність у більшості підприємств (потенційних франчайзі) необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему та труднощі з отриманням кредитів;
- організаційно-правові: недосконалість правового забезпечення здійснення франчайзингових відносин в Україні;
- соціально-психологічні: відсутність у вітчизняних підприємств належного досвіду використання франчайзингової форми співробітництва; недостатня чисельність вітчизняних кваліфікованих спеціалістів у сфері франчайзингу [6].

Вирішення окреслених вище економічних, організаційно-правових та соціально-психологічних проблем сприятиме широкому використанню франчайзингової форми організації інноваційної діяльності, що, своєю чергою, стимулюватиме інвестиційно-інноваційний розвиток економіки України.

Отож, для вирішення існуючих проблеми у сфері франчайзингових відносин доцільними є такі заходи:

- 1) завершити формування нормативно-правової бази, зокрема ухвалити Закон України "Про франчайзинг", в якому чітко окреслити всі особливості побудови франчайзингових відносин;

- 2) розробити урядову програму підтримки малого підприємництва на базі стимулювання франчайзингу;
- 3) внести зміни до Податкового кодексу України, в якому передбачити створення системи податкових преференцій для франчайзі на початкових етапах формування франчайзингової системи (пільги повинні бути обґрунтованими та не давати змоги зловживанням);
- 4) сформувати мережу навчально-консультаційних центрів із франчайзингу на базі вищих навчальних закладів економічного спрямування.

Висновки. Інвестиційно-інноваційна діяльність в Україні в сучасних умовах потребує використання нових організаційних форм реалізації нововведень. Франчайзинг як одна із форм співпраці підприємницьких структур у цьому контексті є достатньо зручним та ефективним інструментом вирішення наявних проблем у сфері підвищення ефективності реалізації інновацій.

Проведений аналіз переваг і недоліків франчайзингових відносин, динаміки розвитку франчайзингу в Україні дає підстави стверджувати про значні його перспективи в найближчі роки. У посткризових умовах дефіцит фінансових ресурсів унаслідок збитковості більшості бізнесових проєктів може бути компенсований саме з допомогою механізму франчайзингу, що сприятиме інвестиційно-інноваційному розвитку вітчизняної економіки та її модернізації.

Література

1. Асоціація франчайзингу в Україні. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.franchising.org.ua>.
2. Газета – спецвипуск к виставке "Франчайзинг 2012" "Мир Франчайзинга" // Информационное ревью Ассоциации франчайзинга Украины. – 2012. – № 59.
3. Гамаровська Н.Р. Франчайзинг як ефективний спосіб ведення бізнесу / Н.Р. Гамаровська // Західноукраїнський науковий вісник: Матеріали Міжрегіональної науково-практичної конференції "Соціально – економічний розвиток України та регіонів". – Івано-Франківськ: ГО "ЗУНТ", 2012. – Вип. 5. – С. 47-52.
4. Махнуша С.М. Франчайзингова форма використання бренда: погляд з позицій маркетингу інновацій / С.М. Махнуша // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2010. – № 2. – С. 26-33.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. збірник // Держкомстат України. – К.: Вид-во "Основи", 2012. – 363 с.
6. Ногачевський О. Франчайзинг в Україні: проблеми та перспективи / О. Ногачевський // Економіст. – 2010. – № 3. – С. 22-25.
7. Суховатий О.В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / О.В. Суховатий // Проблеми науки. – 2011. – № 2. – С. 62-64.
8. Суховатий О.В. Франчайзинг як система інноваційного розвитку економіки / О.В. Суховатий // Проблеми науки. – 2007. – № 1. – С. 23-26.
9. International Franchise Association. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.franchise.org>.

Демчишак Н.Б., Гамаровская Н.Р. Роль франчайзинга в стимулировании инвестиционно-инновационного развития экономики Украины

Раскрыты экономическое содержание и особенности франчайзинговых отношений. Проанализировано развитие франчайзинга в Украине. Выяснена роль франчайзинга в инвестиционно-инновационном развитии отечественной экономики. Исследованы особенности и актуальность использования франчайзинга как инновационной формы организации предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзинговые отношения, бренд, бизнес, предпринимательство, инвестиции, инновации.

Demchyshak N.B., Hamarovska N.R. The role of franchising in stimulating investment and innovation development of economy of Ukraine

Economic maintenance and features of franchising relations are exposed in the paper. Development of franchising in Ukraine is analysed. The role of franchising in investment-innovative development of home economy is found out. The features of usage of franchising as innovative form of business activity organization are investigated.

Keywords: franchising, business, entrepreneurship, franchising, franchise relations, brand, investments, innovation.

УДК 657.1:655

Доц. А.М. Должанський, канд. екон. наук;
магістрант Ж.І. Ференс – Львівська КА

**СУЧАСНІ ВИМОГИ ДО ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ
ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Сформульовано мету складання фінансової звітності. Визначено основні вимоги до звітності підприємств в Україні відповідно до нормативно-правових документів, які регламентують послідовність дій та час переходу на фінансову звітність за міжнародними стандартами. Наведено принципи складання фінансової звітності відповідно до ринкових умов господарювання.

Ключові слова: фінансова звітність, завершальний етап облікового процесу, нормативні акти, положення (стандарти) бухгалтерського обліку України, мета складання фінансової звітності, вимоги до звітності, принципи складання фінансової звітності.

Вступ. В сучасних умовах господарювання процес адаптації фінансової звітності, відповідно до вимог міжнародних стандартів, має велике значення. При цьому, наближення національних стандартів бухгалтерського обліку до норм міжнародних стандартів, її вирішення дасть змогу спростити процедуру адміністрування податків, підвищити якість прогнозування податкових надходжень, встановити прозорі правила оподаткування.

Актуальність теми. Ведення бухгалтерського обліку господарський операції та їх відображення у звітності зумовлена різними правилами визнання активів та зобов'язань як доходів та витрат для цілей обліку й оподаткування, що призводить до недотримання основних вимог до звітності. Так, зокрема, проблема гармонізації Положень (стандартів) бухгалтерського обліку України щодо вимог Міжнародних стандартів фінансової звітності є предметом досліджень провідних вчених-економістів, а саме: В. Бачинський, Ф. Бутинець, В. Валуєв, З. Гуцайлюк, С. Дикий, І. Замула, В. Лінник, Є. Мних, Л. Нападковська, В. Сопко, П. Попович, М. Пушкар. У працях приділено увагу напрямкам розвитку системи обліку, проблемам регулювання бухгалтерського обліку в Україні в умовах адаптації до міжнародних стандартів, питанням трансформації звітності, складеної за національними стандартами, у звітність за МСФЗ (IFRS).

Однак окремі теоретичні та методичні аспекти узгодженості фінансового і податкового обліку, чітке формування принципів складання звітності, визначення різниць між фінансовим та податковим прибутком, визнання, оцінювання й облік податків на прибуток в умовах упровадження міжнародних

стандартів, вивчені недостатньо. Отже, дослідження даного напрямку є актуальним для подальшого проведення науково-практичних дискусій.

Метою дослідження є проведення аналізу принципів та вимог, що діють на Україні, та дослідження їх впливу на формування поточної та фінансової звітності. З огляду на перехід підприємств України на ринковий механізм господарювання виникає необхідність впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності в практику бухгалтерського обліку. І насамперед, підприємства України, які прагнуть залучити іноземних інвесторів, мають складати свою звітність відповідно до Міжнародних стандартів. Трансформація даних вітчизняного обліку в міжнародний формат – складна справа. Одним з проблемних питань є узгодженість фінансового обліку з вимогами податкового законодавства країни.

На основі даних бухгалтерського обліку підприємства зобов'язані складати фінансову звітність, це є завершальним етапом облікового процесу. Фінансова звітність – це звітність, що складається на підставі даних бухгалтерського обліку для задоволення потреб певних користувачів та містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період.

Метою складання фінансової звітності є подання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства, для прийняття ними рішень щодо придбання, продажу та володіння цінними паперами, участі в капіталі підприємства, оцінювання якості управління та здатності своєчасно виконувати свої зобов'язання; забезпеченості зобов'язань підприємства та регулювання діяльності підприємства.

Бухгалтерська фінансова звітність будь-якого підприємства, зокрема виробничого, є основним джерелом інформації про його майно і фінансовий стан, яка необхідна для прийняття дієвих управлінських рішень. Тому для досягнення мети фінансової звітності, а саме задоволення інформаційних потреб різних груп користувачів, звітність має відповідати певним вимогам. Залежно від потреб управління, чинних законодавчих та нормативно-правових актів можна сформулювати систему вимог до звітності, які й виступають її якісними характеристиками (табл. 1) [1].

Під час надання інформації у фінансовій звітності необхідно дотримуватись таких критеріїв як істотність, своєчасність, повнота, нейтральність, об'єктивність, оскільки фінансова звітність повинна включати інформацію, котра впливає на прийняття рішень, дає змогу своєчасно оцінити минулі, поточні та майбутні події; підтвердити та скоригувати їх оцінку, зроблену в минулому. Фінансова звітність повинна надавати її користувачам можливість порівнювати фінансові звіти підприємства за різні періоди та фінансові звіти різних підприємств. Працівники бухгалтерії повинні знати і розуміти вимоги до звітності і лише за цієї умови вони можуть задовольнити відповідних користувачів інформацією для прийняття відповідних управлінських рішень. Проте розвиток економічних відносин ставить нові, більш розширені вимоги до фінансових звітів суб'єктів господарювання.