

дит ефективності систем планування – це системно–орієнтований аудит планової діяльності підприємства на відповідність базовим і системним принципам планування, спеціальним правилам, а також зовнішнім і внутрішнім нормативно–правовим актам.

Проведення аудиту ефективності діючих систем планування промислових підприємств необхідно проводити одночасно за трьома напрямками із застосуванням інтегральних показників економічності (якість, масштаб, витрати), продуктивності, результативності та узагальненням їх у комплексному показнику ефективності.

Процес аудиту ефективності систем планування складається з таких етапів: ініціація аудиту; проведення розширеної наради по організації аудиторської перевірки; визначення цілей і завдань; підбір команди для проведення аудиту; відбір цільової групи; укладання договору про проведення аудиту (при залученні зовнішніх аудиторів); розробка критеріїв оцінки ефективності системи планування підприємства; інформування співробітників про процедуру проведення аудиту; збір необхідної інформації про систему планування; визначення списку співробітників, з якими слід проводити співбесіду; проведення співбесіди; підготовка попереднього звіту; уточнення виявлених можливостей вдосконалення системи планування; підготовка остаточного звіту; аналіз результатів аудиту.

Схема організаційної структури внутрішнього аудиту ефективності системи планування, на наш погляд, має бути вбудована в систему внутрішнього контролю підприємства і визначена згідно зі всіма структурними одиницями, які відповідають за проведення аудиту інформаційної, інституційної, процесної, організаційної, методичної підсистем, а також якості системи планів підприємства і результативності його діяльності.

#### Висновки

Регулярне проведення внутрішніх аудитів ефективності систем менеджменту дозволить: надати керівництву і зацікавленим сторонам дані, що підтверджують результатив-

ність систем менеджменту; виявити можливі проблеми або переваги; з'ясувати, чи виправлені проблеми, які ідентифіковані раніше; забезпечити зворотний зв'язок для проведення коригувальних та превентивних дій.

У процесі внутрішнього аудиту ефективності систем планування промислових підприємств одночасно проводиться оцінка сильних і слабких сторін, ризиків і потенційних можливостей загальної системи менеджменту підприємства, тобто відбувається своєчасний процес отримання достовірної інформації про всебічний стан господарювання підприємства, що надає можливість швидко приймати певні управлінські рішення щодо ліквідації негативних факторів впливу на ефективність діяльності підприємства або навпаки покращення умов господарювання підприємства. Саме тому ми вважаємо внутрішній аудит ефективності систем планування підприємства дієвим і сучасним інструментом управління його плановою діяльністю, незалежною оцінкою будь–якого процесу менеджменту або робіт у рамках системи менеджменту промислового підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Анищенко В.А. Планирование функционирования СЭЭБП как неотъемлемый элемент стратегического планирования на предприятии // 36. матеріалів III Міжвузів–ської науково–практичної конференції «Комплексна безпека підприємницької діяльності: економіко–правові засади, стратегія формування та перспективи розвитку», 27.04.2007. – Чернігів, 2007. – С. 13–17.
2. Хан Дитгер, Хунгенберг Харальд. Стоимостно–ориентированные концепции контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича и др. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 928 с.
3. Стельмах Л. Чи потрібна підприємству служба внутрішнього аудиту // Справочник економіста. – 2009. – №6. – С. 25–32.
4. Внутрішній аудит та внутрішньогосподарський контроль: спільні риси та відмінності / Косперович О.В., Гордополова Н.В. – <http://www.confcontact.com>
5. Фокин В.Н., Кислова Е.И., Дмитриева К.С. Внутренний аудит систем менеджмента как инструмент управления // Компетентность, 2008. – №9–10.

З.І. ГАЛУШКА,

д.е.н., доцент,

В.Ю. ГРУНТКОВСЬКИЙ,

аспірант, Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича

## Організаційний механізм соціально відповідального бізнесу

У статті розглядаються питання формування політики соціального партнерства держави та бізнесу з метою реалізації концепції соціальної відповідальності. Виділяються основні аспекти активізації взаємодії всіх зацікавлених сторін. Визначаються ключові елементи системи

взаємодії держави та бізнесу в рамках соціальної відповідальності бізнесу.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність, держава, суспільство, бізнес, соціальне партнерство.

*В статье рассматриваются вопросы формирования политики социального партнерства государства и бизнеса с целью реализации концепции социальной ответственности. Выделяются основные аспекты активизации взаимодействия всех заинтересованных сторон. Определяются ключевые элементы системы взаимодействия государства и бизнеса в рамках социальной ответственности бизнеса.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность, государство, общество, бизнес, социальное партнерство.

*The article deals with the problem of social partnership creation between state and business to implement corporate social responsibility. The main aspects of the intensification of cooperation of all stakeholders are shown in this article. The main elements of interaction between state and business within the corporate social responsibility are determined.*

**Keywords:** social responsibility, the state, society, business, social partnership.

**Постановка проблеми.** Світовий досвід соціалізації економіки на початку XXI ст. беззаперечно свідчить про зростання соціальної відповідальності бізнесу та підтверджує, що механізми корпоративної соціальної відповідальності сприяють створенню умов для стабільної зайнятості, скороченню бідності, раціональному використанню енергії та захисту навколишнього середовища, посиленню національної конкурентоспроможності, ефективному управлінню та боротьбі з корупцією. На її розвиток, зокрема, спрямовані державні програми, що пропонують соціально відповідальним компаніям істотні преференції у сфері оподаткування, державних закупівель і кредитування. А такі серйозні міжнародні інституції, як Європейський банк реконструкції та розвитку й Міжнародна фінансова корпорація, надають чималу допомогу соціально відповідальним корпораціям.

Соціальна відповідальність зародилася й набуває поширення і в Україні – в українській мережі Глобального договору вже понад 140 організацій. Однак, як показує досвід, для її розвитку в Україні необхідні певні передумови. Перш за все це довіра до бізнесу: суспільство має побачити, що бізнес поділяє його інтереси. По-друге, це необхідність встановлювати відносини соціального партнерства та вести діалог між зацікавленими сторонами, бо відповідальність – це процес багатосторонній.

Найважливішою тут є роль держави. Це пов'язано зі специфічною роллю держави як суб'єкта узаконеного делегування прав громадян. Держава служить для країни свого роду стабільною несучою конструкцією, функціонує протягом життя багатьох поколінь, забезпечує спадкоємність і безперервність розвитку країни. Тому на державу в більш істотній мірі, ніж на суспільство або економіку, лягає завдання виявлення і реалізації інтересів громадян, які проживають на конкретній території в певний період часу [4].

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Теоретичне обґрунтування концепції соціальної відповідальності містять роботи таких авторів, як: Г. Боуен, Р. Бломстром, К.Е. Годпастер, К. Девіс, А. Керолл, Д. Меттен, К. Мартін, С. Сеті, А. Спайсер, М. Фрідман. Значна увага проблемам розвитку соціальної відповідальності приділена у працях російських вчених А.Є. Благова, І.С. Семенко, С.Є. Литовченко, А.Є. Костіна, Є. Філіппової, С.В. Івченко, М.І. Ліборакіної, Т.С. Сіваєвої, В.Л. Іноземцева, С.П. Переєгудова, А.П. Прохорова та інших. Окремі аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні досліджуються у працях З.С. Варналія, В.Є. Воротіна, В.М. Гейця, С.Г. Дриги, Ф.І. Євдокимова, Я.А. Жаліла, О.В. Кужель, Е.М. Лібанової, І.І. Мазур, С.В. Мельника, В.Л. Осецького, А.А. Чухна, В.І. Шкатулла та інших вчені.

В їхніх працях обґрунтовується необхідність та вигоди соціальної відповідальності бізнесу, дається глибокий аналіз форм прояву та практик соціалізації бізнесу, однак недостатньо уваги приділено вивченню організаційного механізму реалізації соціальної відповідальності бізнесу в системі соціального партнерства, що значно ускладнює його впровадження у практику ведення господарювання.

Саме тому **метою статті** є дослідження організаційного механізму системи взаємовідносин держави і бізнесу в контексті реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Українська економіка на даний час не досягла того рівня розвитку, за якого першочергового значення набувають саме елементи соціальної відповідальності бізнесу. На сьогодні вона є предметом обговорення виключно фахівців (науковців та практиків), однак для підвищення ефективності роботи в цьому напрямку необхідно першодовсім сформулювати інтерес суспільства до даної проблематики. Інакше всі спроби впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу, на якому б рівні вони не здійснювалися, будуть мати недостатній ефект. Для підтвердження можна навести ситуацію, наведену Лі Якоккою в книзі «Кар'єра менеджера», де мова йшла про спробу примусити водіїв використовувати ремені безпеки, а вони сприйняли це як позбавлення їхнього права вибору. Те саме може очікувати й від примусового впровадження заходів соціальної відповідальності.

Усвідомлюючи необхідність та вигоди соціальної відповідальності бізнесу для всіх учасників соціалізації, мову необхідно вести про інституціоналізацію відносин бізнесу, держави і суспільства як процес формування стійкого комплексу формальних і неформальних правил, принципів, норм, установок, що регулюють сферу взаємодії і в результаті роблять форму їх прояву передбачуваною та керованою.

У світі виділяють декілька основних моделей взаємодії влади і бізнесу [7, с. 116]:

1. Модель «примусу», яка передбачає адміністративний тиск. Влада вимагає від бізнесу певних вкладень в реалізацію її соціальних програм і проектів, використовуючи адміністративний апарат і структури, покликані здійснювати контроль за діяльністю бізнесу.

2. Модель «патронажу», яка припускає компенсації витрат бізнесу на реалізацію соціальних програм і проектів за рахунок певного доступу для бізнесу до контрольованих владою ресурсів. Ця модель припускає можливість торгу навколо умов підтримки бізнесом соціальних програм і проектів влади.

3. Модель «невтручання» влади. Влада не займає активної позиції по відношенню до соціальної політики, що проводиться бізнесом.

4. Модель «партнерства», у рамках якої представники влади і бізнесу досягли компромісу.

Становлення в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки і впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу відбувається в якісно інших, ніж на Заході, умовах, тому механічне копіювання та впровадження чужого досвіду приречене на невдачу. Потрібні пошуки власних, притаманних нашим умовам моделей соціального партнерства, розробка механізму ефективної системи соціальної взаємодії. Певні кроки в цьому напрямі вже зроблені: створена законодавча база, сформовані тристоронні комісії соціального партнерства на національному, галузевому, регіональному рівнях, напрацьовані методики ведення переговорів і укладення Генеральної угоди на національному рівні, галузевих і регіональних угод, колективних договорів [5, с. 106].

Держава має створювати, перш за все, економічні, політичні та правові передумови для нормального розвитку національної економіки, що, у свою чергу, дозволить корпораціям безперешкодно створювати матеріальні та соціальні блага, призначені для задоволення потреб усіх верств населення. При цьому роль держави багато в чому визначається тим, наскільки ефективно вона сама організована й функціонує. На жаль, взаємини бізнес-спільноти та владних органів у сучасній економіці часто мають викривлену форму, набуваючи рис обов'язкових зборів з бізнесу на проекти, що реалізуються органами влади різних рівнів.

Механізм соціально відповідального управління підприємством має бути орієнтований на реалізацію місії діяльності підприємства, через ефективне використання всіх соціальних факторів: трудових ресурсів, людського та соціаль-

ного капіталів. Свідченням ефективності функціонування даного механізму можуть бути результати його оцінки. Основним завданням такої оцінки є отримання індикаторів, на основі яких можна було б зробити висновок про розвиток соціальної діяльності підприємства.

Соціальну відповідальність бізнесу насамперед доцільно розглядати як реакцію компаній на потреби та очікування суспільства. Концепція соціальної відповідальності найбільш популярна саме в економічно розвинених країнах, де рівень конкурентної боротьби надзвичайно високий, й вона дає змогу бізнесу без особливих фінансових зусиль сформувати позитивний імідж та налагодити стосунки зі всіма зацікавленими сторонами.

В Україні найбільш популярні чотири аспекти соціальної діяльності бізнесу: 1) відносини бізнесу з місцевими громадами; 2) трудові відносини з працівниками; 3) вплив на навколишнє середовище; 4) управління соціальними процесами у колективі як елемент корпоративного управління [1, с. 18–26].

На нашу думку, всі складові елементи соціальної відповідальності бізнесу можна умовно поділити на внутрішні та зовнішні (рис. 1):

Виходячи з поданої класифікації складових елементів соціальної відповідальності бізнесу, серед основних інструментів реалізації соціальних програм як форми прояву соціальної відповідальності можна виділити наступні:

1. Благодійні пожертви та спонсорська допомога – форма адресної допомоги, виділеної компанією для проведення соціальних програм, як в грошовій, так і в натуральній формі (продукція, адміністративні приміщення, приміщення для проведення заходів, транспорт, обладнання, призові фонди, оплата рахунків організацій-одержувачів допомоги та ін.).

2. Делегування співробітників компанії – добровільне залучення співробітників компанії в соціальні програми зовнішньої спрямованості через безоплатне надання одержувачам часу, знань, навичок, інформації, контактів і зв'язків співробітників.

3. Грошові гранти – форма адресної фінансової допомоги, виділеної компанією на реалізацію соціальних програм у га-



Рисунок 1. Складові елементи соціальної відповідальності бізнесу

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

лузі освіти і на цілі проведення прикладних досліджень. Гранти – один із найбільш доступних і традиційних інструментів реалізації соціальних програм. Як правило, гранти в тій чи іншій мірі пов'язані з основною діяльністю компанії та стратегічними цілями бізнесу.

4. Корпоративне спонсорство – надання компанією (корпорацією) різних ресурсів для створення об'єктів або споруд, підтримки організацій або заходів, як правило, носять публічний характер, з метою своєї реклами.

5. Корпоративний фонд – фонд, що створюється компанією (корпорацією) з метою реалізації її соціальної діяльності.

6. Соціальні інвестиції – форма фінансової допомоги, виділеної компанією на реалізацію довгострокових і, як правило, спільних партнерських соціальних програм, спрямованих на зниження соціальної напруги в регіонах присутності компанії і підвищення рівня життя різних верств суспільства.

7. Соціально значимий маркетинг – форма адресної фінансової допомоги, яка полягає в напрямку відсотка від продажів конкретного товару на проведення соціальних програм компанії.

8. Спонсорство – здійснення юридичною або фізичною особою (спонсором) вкладу (у вигляді надання майна, результатів інтелектуальної діяльності, надання послуг, проведення робіт) у діяльність іншої юридичної або фізичної особи (спонсорується) на умовах поширення спонсорованими реклами про спонсора, його товарів.

Соціальна відповідальність передбачає не лише виконання бізнесом усіх законодавчо закріплених зобов'язань перед суспільством, але й участь в реалізації різноманітних

програм, пов'язаних із задоволенням суспільних потреб, ініціативне перевищення цих стандартів в окремих сферах [6].

Отже, бізнес є важливою частиною життя сучасного суспільства, і це, у свою чергу, накладає на нього певні зобов'язання. Вже недостатньо бути виключно економічним суб'єктом сучасного суспільства, важливо нести певні соціальні функції, інтегрувати стратегії соціальної відповідальності в практику управління, здійснювати принципи соціально-відповідальної поведінки. Розуміючи при цьому, що це не тільки не суперечить основам розвитку бізнесу, а й безпосередньо впливає на поліпшення основних показників, підвищуючи тим самим конкурентоспроможність організації, стаючи загальноприйнятою практикою, свого роду нормою ділових відносин.

До сфери соціального партнерства входять питання:

1) досягнення консенсусу з питань забезпечення зайнятості;

2) створення додаткових робочих місць;

3) застосування найманої праці з дотриманням вимог техніки безпеки та вимог охорони здоров'я, питання оплати праці, прав працівників на своєчасне отримання заробітної плати;

4) забезпечення нормального режиму праці та відпочинку;

5) забезпечення права працівників на участь в управлінні працею на підприємстві [8, с. 425].

У сфері соціальної відповідальності влада, бізнес та суспільство виявляють деякі загальні інтереси: забезпечення добробуту країни, підвищення рівня життя громадян, прагнення досягти позитивних змін в економіці. Їх партнерська взаємодія в рамках соціальної відповідальності сприяє ста-



Рисунок 2. Система взаємодії між органами влади та бізнесом

лому розвитку суспільства, знижує нефінансові ризики для корпорацій і є профілактикою соціальних криз. Таким чином, баланс інтересів бізнесу, суспільства і держави, інструментом підтримки якого є соціальна відповідальність бізнесу, дозволяє врівноважити прагнення корпорацій до максимізації прибутку; суспільства – до більш справедливого розподілу благ; держави – до соціально-політичної стабільності.

Забезпечення інтересів всіх суб'єктів соціальної відповідальності можна представити за допомогою загальної системи взаємодії між органами влади та бізнесом (рис. 2):

Соціальну відповідальність бізнесу насамперед доцільно розглядати як реакцію компаній на потреби та очікування суспільства. Оскільки концепція соціальної відповідальності найбільш популярна саме в економічно розвинутих країнах, де рівень конкурентної боротьби надзвичайно високий, соціальна відповідальність дає змогу бізнесу без особливих фінансових зусиль сформувати позитивний імідж та налагодити стосунки зі всіма зацікавленими сторонами.

Загалом економічний діалог необхідний для того, щоб, по-перше, бізнес усвідомив той факт, що він є рівноправним партнером побудови майбутнього нації. Це буде спонукати представників бізнесу до ведення чесної професійної діяльності та до кваліфікованих пропозицій щодо побудови державної економічної політики. По-друге, відкритий економічний діалог між владою та бізнесом зменшує ризики ведення бізнесу за рахунок збільшення передбачуваності державної економічної політики як вагомого чинника середовища функціонування бізнесу. По-третє, конструктивний діалог між представниками бізнесу та влади дозволить створити сприятливі умови для розвитку пріоритетних галузей та розробки й запровадження суспільно корисних рішень в економіці через утворення комплексу макроекономічних умов. І останнє, але найбільш важливе для суспільства: соціальне партнерство як невід'ємний елемент економічного діалогу дозволяє встановити договірні відносини з бізнесом стосовно рівня оплати та умов праці, при забезпеченні державою дотримання мінімальних соціальних стандартів [3].

Зрушення з місця економічного діалогу потребує від держави як стратегічно орієнтованого суб'єкта, на нашу думку, активізувати бізнес до соціально спрямованих дій шляхом запровадження комплексу спеціальних стимулів. Такими заохочувальними засобами можуть бути:

1. Фіскальні засоби заохочення соціальної відповідальності бізнесу. Вони тісно пов'язані з процесами реформування податкової системи та між бюджетних відносин.

2. Дії держави на ринку праці, спрямовані на заохочення підвищення зайнятості, лібералізацію ринку праці, спрощення процесів пошуку, найму та підготовки працівників, в тому числі для приватних компаній.

3. Активне пропагування цінностей та стандартів соціально відповідального бізнесу, підвищення поінформованості суспільства про кращу та успішну господарську практику, розвиток таких засобів заохочення соціально відповідаль-

ного бізнесу як рейтинги соціальної відповідальності, якості, проведення відповідних конкурсів, надання премій, почесних звань, нагород тощо.

4. Державна підтримка національних і міжнародних ініціатив, пов'язаних з активною соціальною відповідальністю, сприяння запровадженню міжнародних соціальних стандартів ведення бізнесу та приєднанню компаній, що працюють на території України, до національних програм та міжнародних ініціатив соціальної спрямованості.

З метою формування напряму розвитку корпоративної соціальної відповідальності, необхідно здійснити удосконалення законодавства, визначити межі спільної відповідальності держави і бізнесу і чітко розмежувати обов'язкові і добровільні сектори соціально-відповідальної діяльності.

На нашу думку, державне регулювання соціальної відповідальності має базуватися на таких загальних принципах:

1. Всебічне піклування про підвищення рівня життя всіх громадян та відповідальність за економічний розвиток.

2. Контроль за якістю товарів і послуг, за дотриманням норм, стандартів та правил, що розроблені та прийняті як на національному, так і на світовому рівнях.

3. Недопущення погіршення рівня соціальних прав та гарантій при зміні норм законодавства.

4. Створення необхідних умов для побудови діалогу всіх зацікавлених сторін у питаннях, що їх безпосередньо стосуються.

5. Створення інформаційної, методичної та методологічної бази для розвитку соціальних програм підприємствами.

6. Удосконалення законодавчої бази в частині формування системи нефінансової звітності, для активізації діалогу зацікавлених сторін.

### Висновки

Отже, успішне функціонування і розвиток країни залежить від взаємодії держави, суспільства та бізнесу. Однак, якщо інтереси одного із секторів домінують над інтересами інших, виникає неефективний тип суспільного устрою. Баланс економічної доцільності та соціальної справедливості полягає в задоволенні інтересів усіх трьох сторін: держави, суб'єктів підприємництва і суспільства (населення). Дійсно, досягнення зазначеного балансу можливо лише за умови взаємної зацікавленості сторін у досягненні кінцевого результату. При цьому потрібно завжди пам'ятати, що хоча учасники процесу і визнають необхідність пошуку компромісного рішення, їх соціальні та економічні цілі різні.

### Список використаних джерел

1. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Київ / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. – К.: 2006. – 129 с.

2. Гринспин А. Епоха потрясений. Проблемы и перспективы мировой финансовой системы / А. Гринспин. – М.: Сколково. – 2008. – С. 470.

3. Економічний діалог: партнерство заради прогресу / [Я.А. Жаліло, І.М. Акімова, Д.В. Ляпін та ін.]. – К.: НІСД, 2007. – 124 с.
4. Коваленко Б.Б. К вопросу о взаимодействии государства и бизнеса (Институциональный аспект) / Б.Б. Коваленко. – Проблемы современной экономики. – 2005. – № 1.
5. Лебедев, І.В. Соціальна відповідальність як чинник формування соціально-орієнтованої економіки / І.В. Лебедев // Вчені записки університету «Крок». – Вип. 18: Збірник наукових праць, Т. 2. / Ред. З.М. Борисенко, та ін., 2008. – 268 с
6. Небава М.І. До питання про соціальну відповідальність бізнесу / М.І. Небава. – Теорії мікро-макроекономіки: Збірник науко-

- вих праць професорсько-викладацького складу і аспірантів. Академія муніципального управління. Випуск 28. – Київ. – 2006. – С. 15–21.
7. Чирикова А. Бизнес как субъект социальной политики в современной России / А. Чирикова. – Общество и экономика. – 2006. – №9. – С. 116–117.
8. Экономика труда: (социально-трудовые отношения) / Под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. – М.: Изд-во «ЭКЗАМЕН», 2003. – 736 с.
9. World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford: Oxford University Press, 1987, p. 43.

Г.В. БЛАКИТА,  
д.е.н.,  
І.О. ГЛАДІЙ,  
к.е.н., Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,  
І.М. ВИШНІВСЬКИЙ,  
гол. бухгалтер, ТОВ «Вінницький комбінат хлібопродуктів №2»

## Особливості складання вітчизняної фінансової звітності відповідно до МСФЗ

*Досліджено особливості трансформації фінансової звітності українських підприємств відповідно до міжнародних стандартів фінансової звітності. Виявлено основні напрями впровадження МСФЗ у практичну діяльність та запропоновано шляхи удосконалення звітності у світлі змін вітчизняного законодавства.*

**Ключові слова:** трансформація, конверсія, інвестори, звітність, облікова політика.

*Исследованы особенности трансформации финансовой отчетности украинских предприятий в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности. Выявлены основные направления внедрения МСФО в практическую деятельность.*

**Ключевые слова:** трансформация, конверсия, инвесторы, отчетность, учетная политика.

*Features of transformation of financial statements of the Ukrainian enterprises in compliance to requirements of the International Financial Reporting Standard are investigated. The main directions of introduction of IFRS in practical activities are revealed.*

**Keywords:** transformation, conversion, investors, the reporting, the registration policy.

**Постановка проблеми.** Глобалізація світових економічних ринків, широкомасштабний розвиток підприємницьких структур господарювання, банківських та інших фінансових установ поступово приводить до необхідності впровадження у вітчизняну практичну діяльність господарюючих суб'єктів

міжнародних стандартів фінансової звітності. Як свідчить аналіз нормативно-правової бази, представлення звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності (далі – МСФЗ) не є обов'язковим для всіх підприємств, але звітність у такій формі все частіше хочуть бачити потенційні іноземні інвестори або банки чи інші фінансові установи при наданні кредиту. Для залучення інвесторів та надання їм інформації для прийняття ефективного рішення поточного й стратегічного характеру вітчизняне законодавство затвердило порядок застосування МСФЗ для складання фінансової звітності [1]. Це врегульовано ст. 121, яка з 01.01.2012 доповнила Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Там же окреслено коло суб'єктів господарювання, для яких застосування МСФЗ є обов'язком, а отже підприємства мають трансформувати фінансову звітність. Процес трансформації фінансової звітності представляє собою переведення даних бухгалтерського обліку в кінці періоду шляхом перекласифікації статей звітності або господарських операцій та внесення коригувань відповідно до МСФЗ. Крім того, є ряд вимог нормативних актів, при настанні яких суб'єкти господарювання зобов'язані складати звітність за МСФЗ. У цьому зв'язку дослідження теоретичних основ трансформації фінансової звітності відповідно до вимог МСФЗ є надзвичайно актуальним.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Методичні та прикладні питання складання фінансової звітності відповідно до МСФЗ висвітлені у наукових працях таких вітчизняних вчених, як Ф. Бутинець, С. Голов, В. Костюченко,