

19. Білуха М. Т. Теорія бухгалтерського обліку: підручник / М. Т. Білуха. – К., 2000. – 692 с.
20. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учебн. пособие для вузов / Я. В. Соколов. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
21. Цыганков К. Ю. Очерки теории и истории бухгалтерского учёта / К. Ю. Цыганков. – М.: Магистр, 2007. – 462 с.
22. Parker L. M. Medieval traders as international change agents: a comparison with twentieth century international accounting firms / L. M. Parker // The Accounting Historians Journal. – 1989. – Vol. 16. – No. 2. – P. 107-118.
23. Scorgie M. Medieval traders as international change agents: a comment / M. Scorgie // The Accounting Historians Journal. – 1994. – Vol. 21. – No. 1. – P. 137-143.
24. Albraiki S. S. The Muslim Contribution to the Development of Accounting (University of Kent, unpublished PhD thesis) / S. S. Albraiki: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.allbusiness.com/accounting/836376-1.html>.
25. Hamid S. Bookkeeping and accounting control systems in a tenth-century Muslim administrative office / S. Hamid, R. Craig, F. Clarke // Accounting, Business and Financial History. – 1995. – Vol. 5. – No. 3. – P. 321-333.
26. Zaid O. A. Were Islamic Records Precursors to the Accounting Books Based on the Italian Method? / O. A. Zaid // The Accounting Historians Journal. – 2000. – Vol. 27. – No. 1. – P. 73-90.
27. Canham Rogers. Chartered Accountants. Management Consultants / Rogers Canham: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.canhamrogers.com/HDEB.htm](http://www.canhamrogers.com/HDEB.htm)
28. Littleton Ananias Charles. The Antecedents of Double-Entry / Ananias Charles Littleton // The Accounting Review. – Jun., 1927. – No. 2(2). – P. 140-149.
29. Lee G. A. The Coming of Age of Double Entry: The Giovanni Farolfi Ledger of 1299-1300 / G. A. Lee // Accounting Historians Journal. – 1977. – No. 4(2). – P. 79-95.
30. Lee G. A. The Development of Italian Bookkeeping, 1211-1300 / G. A. Lee // Abacus. – December, 1973. – P. 137-155.
31. Nobes C. W. The Gallerani Account Book of 1305-1308 / C. W. Nobes // The Accounting Review. – 1982. – Vol. 57. – No. 2. – P. 303-310.
32. Roover R. The Development of Accounting prior to Luca Pacioli according to the Account-Books of Medieval Merchants in A.C. Littleton and B.S. Yamey (eds). Studies in the History of Accounting (London: Sweet & Maxwell) / R. de Roover // Homewood, Ill.: Irwin. – 1956. – P. 117-174.
33. Ковалев В. В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели: учеб. пособие / В. В. Ковалев. – М.: Проспект, КНОРУС, 2010. – 768 с.
34. Ascher M. Code of the quipu. A study in media, mathematics, and culture / Marcia and Robert Ascher. – Ann Arbo: Univ. of Michigan Press, 1981. – P.166.
35. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / Л. Пачоли; [под ред. проф. Я. В. Соколова]. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 286 с.

УДК 657.37

Лаговська О. А.

## ДРАЙВЕРИ ВАРТОСТІ ЯК ОСНОВА ПОБУДОВИ АДАПТАТИВНОЇ МОДЕЛІ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ

**Анотація.** Ідентифіковано драйвери вартості, здійснено дослідження бухгалтерської звітності вітчизняних підприємств на предмет розкриття інформації щодо них та виокремлено напрями адаптації існуючої моделі бухгалтерської звітності як засобу комунікаційної взаємодії різних груп заінтересованих осіб.

**Ключові слова:** драйвери вартості, бухгалтерська звітність, адаптивна модель бухгалтерської звітності

Lahovska O.

## VALUE DRIVERS AS A BASIS FOR ADAPTIVE REPORTING MODEL STRUCTURE

**Summary.** The article is devoted to the investigation of the national enterprises reporting system and the information about adaptive reporting model structure. The main directions of the existing reporting model are systematized and described. The value drivers are identified also.

**Keywords:** value drivers, reporting, adaptive reporting model structure

### 1. Вступ

У сучасних умовах господарювання традиційна фінансова звітність не здатна належним чином задовольняти інформаційні потреби користувачів, оскільки вона не дає можливості визначити вартість підприємства, ризикованість його діяльності та перспективи подальшого розвитку. Так, дослід-

ження проведені аудиторською компанією PricewaterhouseCoopers серед інституційних інвесторів і фінансових аналітиків у 14 країнах, показали, що лише 19 % інвесторів та 27 % аналітиків вважають фінансову звітність корисною для комунікації інформації стосовно вартості підприємства. Схожі дослідження проведені в США та Канаді серед високо-

технологічних підприємств показали, що тільки 7 % інвесторів, 16 % аналітиків та 13 % виконавчих директорів вважають, що фінансова звітність є корисним інструментом при визначенні вартості підприємства [3, с. 3-4], це, в свою чергу, передбачає необхідність пошуку нових підходів до формування та передачі інформації, необхідної для адекватної оцінки вартості, зовнішнім стейкхолдерам.

Мета дослідження – ідентифікувати драйвери (фактори) вартості, що дозволить перевірити розкриття інформації про них у бухгалтерській звітності вітчизняних підприємств та сформулювати засади її адаптації до вимог груп заінтересованих осіб.

## **2. Огляд літературних джерел і публікацій**

Дослідження щодо ідентифікації основних драйверів вартості суб'єкта господарювання здійснювали А. Раппапорт (A. Rappaport), Дамодаран А. (A. Damodaran) [2], М. Бербера (Barbera M.) [1], Холтон Л. (Holton L.) [6], Дж. Бейтс (Bates J.) [6], Гранді Т. (Grundy T.) [4], Ронен Б. (Ronen B.) [8], Ю. В. Козирь [11], Когденко В. Г. [10], Бочаров В. [9], І. Самонова [9], В. Макарова [9] та ін. Однак серед вчених відсутня чітка класифікація факторів приросту вартості та процедура вбудовування показників, що їх характеризують, у бухгалтерську звітність суб'єктів господарювання.

## **3. Класифікація драйверів формування вартості підприємства**

Прагнучи підвищити рівень прозорості, зарубіжні підприємства почали додатково розкривати досить широкий спектр нефінансової інформації, що не тільки дозволяє більш точно оцінити їх вартість, а й згідно з дослідженнями проведених Ernst & Young, позитивно впливає на її приріст, зокрема дає можливість: розширити доступ до зовнішніх джерел фінансування, знизити вартість капіталу; знизити операційний та стратегічний ризик; зменшити витрати; розширити можливості для ведення бізнесу; підвищити рівень лояльності клієнтів та, як наслідок, збільшити обсяг реалізації; покращити взаємовідносини із акціонерами; розширити можливості прийняття на роботу кращих фахівців; покращити взаємовідносини із бізнес-партнерами; покращити репутацію, зміцнити бренд та знизити рівень державного втручання в діяльність підприємства [7, с. 2]. Однак, незважаючи на ряд переваг, що дозволяє отримати додаткове розкриття нефінансової інформації, йому не приділяється достатньої уваги у вітчизняній практиці господарювання. Підтвердженням цього є індекс прозорості та відкритості українських підприємств, визначений Центром „Розвитку корпоративної соціальної відповідальності”, який у 2011 р. за даними офіційного сайту даного центру становив 59,8 %.

Традиційно інформація, що надається українськими підприємствами зовнішнім користувачам, обмежується фінансовою звітністю. Лише незначна кількість вітчизняних суб'єктів господарювання, переважно тих, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність або ж мають іноземних інвесторів, розкривають додатковий обсяг інформації переважно у формах Річних звітів, Звітів зі стійкого розвитку, Звітів про прогрес і Соціальних звітів.

Вважаємо доцільним ідентифікувати драйвери (фактори) вартості, що дозволить перевірити їх наявність у звітності, яка оприлюднюється українськими підприємствами.

Отже, фактори вартості (драйвери вартості) – це будь-які змінні величини, які впливають на вартість підприємства [5, с. 2].

Серед науковців відсутня єдина точка зору щодо того, які фактори мають найбільш суттєвий вплив на вартість підприємства. За словами одного із фундаторів концепції вартісно-орієнтованого управління А. Раппапорта (A. Rappaport) існує 7 основних факторів, що впливають на вартість підприємства: темп зростання доходу, темп зростання операційної рентабельності, ставка податку на прибуток, величина робочого капіталу, розмір капітальних витрат, середньозважена вартість капіталу та тривалість періоду зростання вартості. Дамодаран А. (A. Damodaran) – вчений, який займається дослідженням проблем оцінки вартості підприємств, стверджує, що основними драйверами вартості є: грошові потоки, які генеруються наявними активами, очікувані темпи зростання грошових потоків, за рахунок реінвестування частини прибутку або зміни віддачі на інвестований капітал, період зростання грошових потоків, зміна вартості майна та зміна структури капіталу [2, с. 10]. Схожої точки зору дотримуються М. Бербера (Barbera M.), Холтон Л. (Holton L.) та Дж. Бейтс (Bates J.). Зокрема, Бербера М. в якості драйверів вартості підприємства розглядає рівень віддачі на інвестований капітал, грошові потоки та приріст активів [1, с. 45]. Однак, в даному випадку варто зазначити, що на вартість підприємства впливає не тільки приріст активів, а й зміна їх вартості та вибуття. Холтон Л. та Дж. Бейтс зазначають, що вартість підприємства залежить від трьох факторів: грошові кошти, які підприємство генерує сьогодні, грошові кошти, які підприємство ймовірно генеруватиме у прогнозованому періоді та рентабельність інвестованого капіталу [6, с. 27]. Гранді Т. (Grundy T.) в якості найбільш очевидних факторів вартості виділяє темп зростання обсягів реалізації та конкурентну позицію [4, с. 8]. Ронен Б. (Ronen B.) виділяє дві групи драйверів вартості: фінансові та не фінансові. До фінансових факторів вчений включає: зміни в структурі капіталу, операції злиття, поглинання та придбання, розподіл дивідендів, до не фінансових – зміни стратегії, підвищення якості логістичної системи, збільшення обсягу випущеної продукції [8]. Однак, в даному випадку чітко простежується прив'язка виділених факторів до діяльності конкретного підприємства. Вчений Російської Федерації Ю. В. Козирь в якості основних детермінант вартості підприємства розглядає: очікувані грошові потоки, ризик інвестицій і обумовлена цим вартість залучення та обслуговування капіталу, очікуваний потенціал зростання (розширення) бізнесу, можливість появи чи існування сприятливих можливостей у майбутньому. Кожну з даних детермінант автор поділяє на декілька факторів, при цьому в якості прикладу наводить перелік факторів, які впливають на величину грошового потоку, а саме: ринковий попит на продукцію

підприємства, собівартість продукції, реклама, імідж компанії, якість збуту, доступ до ринку капіталу, ліквідність активів [11]. Когденко В. Г. в якості фундаментальних факторів вартості бізнесу розглядає фактори операційної ефективності (рентабельність інвестованого капіталу), інвестиційної активності (темп зростання інвестованого капіталу), фінансової активності (середньозважена вартість інвестованого капіталу) [10]. Однак, варто зазначити, що виділені автором фактори не піддаються прямому впливу з боку управлінського персоналу, їх зміна можлива тільки при зміні факторів нижчого порядку. Бочаров В., І. Самонова та В. Макарова стверджують, що основними факторами вартості є ринкова кон'юнктура, майбутні вигоди від володіння оцінюваним бізнесом, ризик неотримання доходів, ступінь контролю над бізнесом, ступінь ліквідності його активів і ступінь ліквідності бізнесу [9, с. 15]. Однак, фактори, виділені вченими, більш відповідають критеріям визначення ціни підприємства у випадку його купівлі-продажу.

Наявність різних точок зору на склад драйверів вартості обумовлена впливом суб'єктивного фактору при встановленні пріоритетності значення того чи іншого фактору, а також включенням до складу основних факторів, факторів різної підпорядкованості. На нашу думку, повний склад факторів формування вартості підприємства не є універсальним, а залежить насамперед від специфіки та пріоритетних цілей діяльності суб'єкта господарювання, однак можливим є виділення факторів, які матимуть вплив на вартість підприємства незалежно від його галузевої приналежності, місця розташування та пріоритетних цілей діяльності. При виз-

наченні таких факторів керуватимемося правилами, запропонованими Т. Коуплендом, Т. Коллером та Д. Мурінім, які стверджують, що фактори вартості повинні бути напряму пов'язані зі створенням вартості для акціонерів, вони можуть бути виражені як за допомогою фінансових, так і за допомогою нефінансових показників та повинні відображати, як поточну діяльність, так і довгострокові перспективи зростання [12, с. 115-117]. Виходячи з цього, а також беручи до уваги результати попередніх досліджень, в якості основних факторів вартості вважатимемо:

- фактичний грошовий потік;
- прогнозований грошовий потік як відображення майбутніх перспектив діяльності підприємства;
- рентабельність використання інвестованого капіталу;
- середньозважену вартість капіталу як показник рівня ризикованості діяльності підприємства.

Вище було розглянуто основні фактори, які впливають на вартість підприємства. Поруч з ними, для забезпечення ефективності вартісно-орієнтованого управління не менш важливе значення має правильне виділення факторів нижчого порядку та розкриття інформації про них зовнішнім користувачам. Реалізація даного завдання можлива після проведення детального аналізу специфіки, цілей діяльності підприємства, а також зовнішніх умов його функціонування, зокрема економічної, політичної ситуації в країні, стану та перспектив розвитку галузі.

При цьому, варто зазначити, що для забезпечення можливості адекватної оцінки вартості підприємства необхідним є розкриття інформації про драйвери вартості незалежно від спрямованості, терміну їх дії, відношення до підприємства, можливості грошового та кількісного вираження (табл. 1).

Таблиця 1

### Класифікація факторів формування вартості підприємства

Класифікаційна ознака	Види факторів	Характер впливу
Спрямованість дії	Викривлюючі	Фактори, спрямованість дії яких не з'ясована
	Зменшуючі	Фактори, які знижують вартість підприємства
	Збільшуючі	Фактори, які збільшують вартість підприємства
Термін дії	Постійні	Фактори, дія яких простежується протягом тривалого часу
	Тимчасові	Фактори, які одноразово впливають на вартість підприємства або їх дія є несистематичною
Відношення до підприємства	Макрофактори	Фактори зовнішнього середовища підприємства
	- фактори макро-економічного середовища	Фактори, які впливають на вартість підприємства на рівні країни
	- галузеві фактори	Фактори галузевого рівня, які мають вплив на вартість підприємства
	Мікрофактори	Фактори внутрішнього середовища підприємства
Можливість грошового вираження	Фінансові	Фактори, які безпосередньо залежать від фінансових результатів діяльності підприємства
	Нефінансові	Фактори, які опосередковано залежать від фінансових результатів діяльності підприємства
Можливість кількісного вираження	Кількісні	Фактори, які підлягають кількісному вираженню
	Якісні	Фактори, які не підлягають кількісному вираженню

#### 4. Оцінка ступеня розкриття інформації щодо драйверів вартості вітчизняними підприємствами

Проаналізуємо ступінь розкриття інформації стосовно факторів вартості підприємства українськими підприємствами. Для проведення аналізу були відібрані фінансові та нефінансові звіти підприємств, які за даними Центру „Розвитку корпоративної соціальної відповідальності” є найпрозорішими для зовнішніх стейкхолдерів (табл. 2).

(ПАТ „Метінвест Холдинг”, ПрАТ „Київстар”, „Концерн Галнафтогаз”), інформація стосовно вартості капіталу, що використовується для оцінки рівня ризикованості діяльності та рентабельності інвестованого капіталу взагалі не розкривається у проаналізованій звітності, однак останній показник може бути розрахований на підставі наведених даних.

Таким чином, зовнішні користувачі, насамперед, інвестори, не отримують достатньої інформації, необхідної для визначення теперішньої вар-

Таблиця 2

Перелік підприємств, що включені у вибірку дослідження

№ з/п	Назва підприємства	Сфера діяльності	Тип звіту	Рік	Індекс прозорості, % <sup>1</sup>
1	ПАТ „Метінвест Холдинг”	Гірнично-металургійна промисловість	Соціальний звіт	2009-2010	73
			Річний звіт	2010	
2	ПАТ „Оболонь”	Харчова промисловість	Звіт зі стійкого розвитку	2010	70
3	ПАТ „Арселор-Міттал Кривий ріг”	Гірнично-металургійна промисловість	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність	2010	61
4	ПрАТ „СКМ”	Металургійна, енергетична промисловість, фінансовий сектор, зв'язок, нерухомість	Звіт зі стійкого розвитку	2009-2010	59,5
5	ПрАТ „Київстар”	Зв'язок	Соціальний звіт	2010	58,5
			Річний звіт	2010	
6	Інтертайп	Машинобудування, металургійна промисловість, транспортні послуги, логістика, хімічна промисловість	Звіт з прогресу	2010	53
7	„Концерн Галнафтогаз”	Енергоносії, електроенергія та вода, оптова та роздрібна торгівля, транспортні послуги, логістика	Нефінансовий звіт	2010	51,5
			Річний звіт	2010	
8	„Астеліте” оператор Life :)	Зв'язок	Соціальний звіт	2010	
9	BDO	Аудиторські та консалтингові послуги	Звіт про корпоративну та соціальну відповідальність	2011	40,5
10	ГК „Фокстрот”	Торгівля	Звіт з прогресу	2010	

<sup>1</sup>Примітка: за даними офіц. сайту Центру „Розвитку корпоративної та соціальної відповідальності”: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.csr-ukraine.org/rezultati\\_indeksu\\_prozorosti.html](http://www.csr-ukraine.org/rezultati_indeksu_prozorosti.html)

Для проведення аналізу використовувалася звітність, отримана із офіційних сайтів підприємств. Дана звітність була проаналізована на предмет розкриття інформації щодо основних факторів вартості підприємства (табл. 3).

За результатами моніторингу звітності можна констатувати, що українські компанії не приділяють достатньої уваги розкриттю інформації щодо факторів формування вартості підприємства. Інформація стосовно фактичних грошових потоків розкривається у звітності всіх суб'єктів господарювання, оскільки це передбачено вимогами чинного законодавства. Інформація стосовно прогнозованих грошових потоків, яка є основою для визначення перспектив діяльності підприємства у майбутньому розкривається лише у Річних звітах 3 компаній

тості підприємства та його перспектив створювати вартість у майбутньому. Інвестори не мають також можливості реально оцінити рівень ризикованості вкладення в конкретне підприємство, що призводить до зниження інвестиційної привабливості вітчизняних суб'єктів господарювання.

Крім цього, варто зазначити, що в проаналізованій звітності переважно розкривається інформація щодо факторів вартості внутрішнього відносно підприємства середовища та тих, які позитивним чином впливають на вартість (табл. 4).

Інформація про макрофактори представлена лише у Звіті зі стійкого розвитку компанії „СКМ”, зокрема визначено вплив зміни ВВП, обмінного курсу, об'єму ринку та скорочення попиту на діяльність суб'єкта господарювання. Інформація стосов-

**Ступінь розкриття інформації щодо основних факторів вартості підприємства українськими компаніями**

Критерій	ПАТ „Метінвест Холдинг”		ПАТ „Оболонь”		ПАТ „Арселор-Міттал Кривий ріг”		ПрАТ „СКМ”		ПрАТ „Київстар”		„Інтертайп”		„Концерн Галнафтогаз”		„Астеліге” оператор Life :)		BDO		ГК „Фокстрот”	
	РФЗ*	НФЗ**	ФЗ***	НФЗ	ФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	РФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	РФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ
ГП	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
ПГП	+	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
РІК	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ВК	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Примітка: \* Фінансова звітність, \*\* Нефінансова звітність, \*\*\* Річний звіт, ГП – грошовий потік, ПГП – прогнозований грошовий потік, РІК – рентабельність інвестованого капіталу, ВК – вартість капіталу

но галузевих факторів впливу представлена лише у Звіті зі стійкого розвитку компаній ПАТ „Оболонь”, Річному звіті ПрАТ „Київстар” та Нефінансовому звіті „Концерн Галнафтогаз” у вигляді показника ринкової частки. Крім цього, у Річному звіті „Концерн Галнафтогаз” розкрита інформація стосовно основних конкурентів, їх ринкові частки та прогнозованих темпів зростання ринку.

Варто також зазначити, що підприємствами, звітність яких була проаналізована, в переважній більшості випадків розкривається інформація стосовно факторів, які позитивним чином впливають на вартість. Лише у звіті „СКМ” представлена інформація, що свідчить про негативний вплив факторів зовнішнього середовища. Також дана компанія є єдиною, із загальної кількості, звітність яких

Таблиця 4

**Інформація в розрізі факторів вартості, що розкривається у звітності українських підприємств**

Види факторів	ПАТ „Метінвест Холдинг”		ПАТ „Оболонь”		ПАТ „Арселор-Міттал Кривий ріг”		ПрАТ „СКМ”		ПрАТ „Київстар”		„Інтертайп”		„Концерн Галнафтогаз”		„Астеліге” оператор Life :)		BDO		ГК „Фокстрот”	
	РФЗ*	НФЗ**	ФЗ***	НФЗ	ФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	РФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	РФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ	ФЗ	НФЗ
Викривлюючі	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Зменшуючі	-	-	+	-	+	-	+	+	-	-	+	-	-	-	+	-	+	-	+	-
Збільшуючі	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Постійні	+	+	-	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	-	+	-	+	-	+
Тимчасові	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Макро	-	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Галузеві	-	-	-	+	-	-	-	+	+	-	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-
Мікро	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Фінансові	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	+	+	+	-	+	-	+	-
Нефінансові	+	+	-	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	-	+	-	+	-	+
Кількісні	+	+	-	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	-	+	-	+
Якісні	+	+	-	+	-	+	-	+	+	+	-	+	+	+	-	+	-	+	-	+

була проаналізована, яка розкриває інформацію стосовно тимчасових факторів впливу, а саме пов'язаних із необхідністю ліквідації наслідків фінансової кризи.

Вищезазначені суб'єкти господарювання розкривають інформацію як стосовно фінансових, так і стосовно нефінансових факторів впливу на вартість, як тих, які можуть бути виражені за допомогою кількісного показника, так і тих, які мають якісний характер. Проте, інформація, яка розкривається у нефінансовій звітності підприємств дублюється із інформацією представленою у річних звітах, що призводить до підвищення трудомісткості процесу прийняття рішень зовнішніми користувачами, що пов'язано із необхідністю „відсіювання” надлишкової інформації. Поруч з цим, варто зазначити про досить незначну кількість показників, які розкриваються у нефінансовій звітності, що призводить до зниження її інформативності. Так, наприклад, у Соціальному звіті „Астеліте” оператор Life :) представлено лише 8 кількісних показників, стільки ж у Звіті про корпоративну та соціальну відповідальність BDO, у Звіті з прогресу ГК „Фокстрот” – лише 6.

#### **5. Напрями побудови адаптивної моделі бухгалтерської звітності**

Дані проведеного моніторингу свідчать про достатньо низький рівень інформаційної прозорості вітчизняних суб'єктів господарювання щодо розкриття основних факторів приросту їх вартості у бухгалтерській звітності. У зв'язку з цим доцільним є адаптація існуючої моделі бухгалтерської звітності до вимог заінтересованих груп осіб, що змінили орієнтири визначення ефективності функціонування підприємства виключно на основі прибутку як позитивного фінансового результату з орієнтацією на приріст його вартості як універсального показника перспектив бізнес-одиниці в майбутньому. Напрямами адаптації існуючої моделі бухгалтерської звітності як засобу комунікаційної взаємодії різних груп заінтересованих осіб є: формування бухгалтерської звітності, що містить представлення інформації про драйвери вартості підприємства відповідно до теоретично обґрунтованої їх класифікації; включення нефінансових показників, що інформують реципієнтів про структуру об'єктів у розрізі матеріальних і нематеріальних складових вартості підприємства.

#### **6. Висновки**

У ході дослідження обґрунтовано класифікацію драйверів вартості підприємства за наступними класифікаційними ознаками: за спрямованістю дій, терміном дії, відношенням до підприємства, можливістю грошового та кількісного вираження. Дана класифікація виступатиме основою для адаптації

бухгалтерської звітності до вимог заінтересованих осіб у прирості вартості та підвищення рівня інформаційної прозорості вітчизняних суб'єктів господарювання, що, в свою чергу, підвищить рівень їх інвестиційної привабливості в умовах глобального ринку капіталу.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Barbera M. Shareholder Value Demystified: an Explanation of Methodologies and Use / M. Barbera, R. Coyte. – UNSW PRESS, 1999. – 81 p.
2. Damodaran A. The Dark Side of Valuation: Firms with no Earnings, no History and no Comparables / A. Damodaran : [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://ssrn.com/abstract=1297075>
3. Eccels R. The Value Reporting Revolution: Moving Beyond the Earnings Game / R. Eccels, R. Herz, E. Keegan, D. Philips. – Wiley&Sons, Inc., 2001. – 369 p.
4. Grundy T. Shareholder Value / T. Grundy. – Capstone Publishing . – 2002. – 137 p.
5. Hall J. Dissecting EVA: The Value Drivers Determining the Shareholder Value of Industrial Companies / J. Hall : [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://ssrn.com/abstract=304196> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.304196>.
6. Holton L. Business Valuation for Dummies / L. Holton, J. Bates. – Wiley Publishing, Inc., 2009. – 346 p.
7. Non-financial Reporting : [Електронний ресурс] . – Режим доступу : [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial\\_reporting/\\$FILE/-Climate%20change\\_Non%20financial%20reporting.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial_reporting/$FILE/-Climate%20change_Non%20financial%20reporting.pdf)
8. Ronen B. Value Focused Management (VFM): Capitalizing on the Potential of Managerial Value Drivers / B. Ronen, Z. Lieber, N. Geri : [Електронний ресурс] . – Режим доступу : <http://www.boazronen.org/PDF/VFM%20-%20Capitalizing%20on%20the%20Potential%20of%20Managerial.pdf>
9. Бочаров В. Управление стоимостью бизнеса : учеб. пособ. / В. Бочаров, И. Самонова, В. Макарова. – Спб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 124 с.
10. Когденко В. Г. Анализ показателей создания стоимости / В. Г. Когденко // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 19 (184). – С. 10-13.
11. Козырь Ю. В. Оценка и управление стоимостью имущества промышленного предприятия / Ю. В. Козырь // Аудит и финансовый анализ. – 2004. – № 1. – С. 27-40.
12. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Д. Мурин ; [пер. с англ.]. – М. : Олимп-бизнес, 2005. – 576 с.