

УДК 657

НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ ПОНЯТТЯ

«БІЗНЕС-МОДЕЛЬ» В ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ

НАТАЛІЯ ЛОХАНОВА,

канд. екон. наук, доцент,
ACCA/DipFR, професор кафедри
бухгалтерського обліку
та аудиту Одеського
національного економічного
університету

У статті розглянуті напрями використання нового для вітчизняної теорії та практики поняття «бізнес-модель» компанії в системі бухгалтерського обліку окремих економічних об'єктів, а також у процесі складання інтегрованої звітності.

Ключові слова: *бізнес-модель, облік, облікова політика, МСФЗ, інтегрована звітність, створення цінності.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним із досить нових і малодосліджених понять, яке втім останнім часом все частіше зустрічається в літературі з питань обліку та звітності, є поняття «бізнес-модель» компанії.

Наш інтерес до цього поняття зумовлений тим, що в межах концепції розробки інтегрованої звітності [1; 2], яка в сучасних умовах є одним із найперспективніших напрямів удосконалення корпоративної звітності, окремо передбачено, що складовою частиною такої звітності має бути інформація щодо бізнес-моделі компанії.

Зазначимо, що сама по собі необхідність якісних змін у системі звітності за рахунок доповнення її показниками, що розкривають бізнес-модель підприємства, пов'язана з об'єктивними причинами, які відбуваються у світі. «Традиційна звітність була розроблена для індустріального світу» [3, с. 4], і попри те, що її роль в управлінні фінансовим капіталом важко переоцінити, її обмеження є дуже серйозними. Як відомо, слабким місцем традиційної фінансової звітності є те, що вона розкриває лише певний набір показників фінансового характеру, які сформовані на основі історичної інформації. Це дає змогу оцінити фактично досягнутий фінансовий стан і результативність роботи компанії, але не розкриває, по-перше, за рахунок чого досягнуті ті або інші показники, по-друге, як компанія створює вартість, і, по-третє, найголовніше, які перспективи роботи компанії в майбутньому? Які її стратегічні орієнтири? Водночас ці питання мають дуже важливе значення в ринковому середовищі, що істотно ускладнюється і в якому функціонує сучасний бізнес, а отже, потребують висвіт-

лення у звітності для широкого кола користувачів.

У зв'язку з доцільністю розкриття відповідних аспектів стосовно стратегічних напрямів руху компанії у майбутньому розуміння того, що є її бізнес-моделлю, виявляється дуже актуальним для сучасного етапу розвитку системи бухгалтерського обліку та звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених частин загальної проблеми.

Термін «бізнес-модель» є малодослідженим в роботах з бухгалтерського обліку. Це пояснюється тим, що сама по собі концепція розробки інтегрованої звітності на сьогодні є дискусійною, а отже, глибокий розгляд терміна «бізнес-модель» у контексті розробки інтегрованої звітності ще попереду. Однак цей термін уже сьогодні використовується в міжнародних стандартах фінансової звітності, зокрема він уведений у широкий обіг у зв'язку із розробкою МСФЗ 9 «Фінансові інструменти» [4], хоча контекст його застосування у цьому випадку більш вузький, ніж при його використанні в системі стратегічного управління в цілому і, як планується, – в процесі складання інтегрованої звітності.

Що стосується досліджень з приводу того, що являє собою бізнес-модель у роботах з управління, то в такому ракурсі це поняття глибоко висвітлено в роботах таких авторів, як А. Остервальдер (Osterwalder A.), Х. Чесброу (Chesbrough H.), МакКей Джуді (Judy McKay), Маршалл Пітер (Peter Marshall), А.І. Соолятте, Ю. Виходець, В. Міронов та ін.

Однак єдності підходів до тлумачення і напрямів використання цієї категорії як для цілей стратегічного управління, так і для цілей обліку та звітності поки що досягнути не вдалося. Отже, це питання потребує додаткових досліджень.

Мета дослідження полягає в тому, щоб установити, що слід розуміти під терміном «бізнес-модель», в якому контексті його потрібно використовувати в обліку і звітності, як впливає вибір бізнес-моделі компанії на розробку її облікової політики та яка інформація стосовно бізнес-моделі компанії має бути описана у разі складання інтегрованої звітності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Як було вже зазначено, практично вперше в облікову теорію і практику концепція «бізнес-моделі» була введена у зв'язку із розробкою МСФЗ 9 «Фінансові інструменти». До цього часу ця концепція фактично не відображалася в стандартах з обліку і звітності.

Тому не випадково, що в додатку до МСФЗ 9 було наведено докладний опис змісту цього поняття, зокрема зазначено, що «**бізнес-модель** формується ключовим управлінським персоналом компанії і що вона не залежить від намірів менеджменту щодо «долі» будь-яких конкретних окремих цінних паперів. Її зміст, а також конкретні види бізнес-моделей встановлює компанія самостійно. Бізнес-модель являє собою систему концепцій, методик і конкретних засобів управління фінансовими активами» [4]. Саме виходячи із обраної бізнес-моделі підприємства визначають класифікацію фінансових активів з віднесенням їх до тих, що оцінюються або за справедливою, або за амортизованою вартістю.

Як бачимо, у даному випадку бізнес-модель розглядається як сукупність обраних методик з управління фінансовими активами з огляду на поставлену ключовим управлінським персоналом мету. Тобто простежується тісний зв'язок з тим, що звичайно вкладається в термін «облікова політика», яку застосовують для опису сукупності обраних методик обліку стосовно конкретного економічного об'єкта, однак при застосуванні не для облікового процесу, а для управління в цілому.

Важливим питанням при цьому є, в який саме спосіб формувати бізнес-модель? Відповідь на це питання відносно фінансових активів також міститься в МСФЗ 9, зокрема «бізнес-моделі з управління фінансовими активами можуть бути сформовані за способом отримання економічних вигід, за видами активів або за функціональною ознакою» [4]. Вибір підходу до визначення власної бізнес-моделі залишається повністю за підприємством.

Зрозуміло, що мета бізнес-моделі має корелювати із цілями компанії в цілому і фактично бути підпорядкована ним.

Іншими словами, з урахуванням того, який конкретно спосіб планує застосовувати компанія для отримання економічних вигід від власних фінансових активів, вона і визначає свою бізнес-модель, що в подальшому безпосередньо впливає на методика обліку і відображення в звітності відповідного фінансового інструменту.

Як бачимо, в цьому контексті бізнес-модель є ключовим чинником впливу на облікову політику компанії, до того ж вона:

- 1) відображує мету використання інструменту і процес управління ним;
- 2) розкриває спосіб отримання економічних вигід від нього, тобто засіб надходження доходів (грошових потоків) від володіння або іншого використання інструменту;
- 3) впливає на те, яку методика обліку слід використовувати у зв'язку із обраною бізнес-моделлю підприємству (мається на увазі вибір методики оцінки фінансового інструменту за справедливою або за амортизованою вартістю).

Ми розглянули фактичне застосування терміна «бізнес-модель» у МСФЗ 9, однак зазначимо, що через перенесення терміну впровадження відповідного стандарту в нині діючій системі обліку та звітності це поняття використовується обмежено, а перспективи його застосування в такому контексті окреслені межами його впливу лише на процес формування облікової політики стосовно однієї групи об'єктів обліку – фінансових інструментів.

Водночас вважаємо, що той факт, що цей термін взагалі потрапив до тексту МСФЗ, є показовим, оскільки він чітко фокусує увагу обліковців на тому, що порядок вибору методів оцінки окремих економічних об'єктів має бути ув'язаний із тими цілями, які поставлені при розробці стратегії підприємства і конкретизовані в процесі вибору бізнес-моделі, тобто обраної політики управління активами. Незважаючи на те що в МСФЗ йдеться переважно про фінансові активи, вважаємо доречним зауважити, що управління будь-якими активами має виходити саме із стратегічних орієнтирів компанії, окреслених у бізнес-моделі. Зрозуміло, що при виборі методики обліку будь-якого активу слід ураховувати як мету використання активу, процес управління ним, так і спосіб отримання економічних вигід. Отже, окреслення бізнес-моделі щодо напряму діяльності компанії в цілому і окремого активу видається важливим етапом на шляху визначення і розробки облікової політики.

На нашу думку, обрана компанією бізнес-модель має бути врахована в таких ситуаціях:

по-перше, в процесі коректного застосування критеріїв розмежування та визнання окремих об'єктів обліку, наприклад для обґрунтованого відокремлення основних засобів і інвестиційної нерухомості, оскільки саме певна бізнес-модель визначає основну мету використання відповідних об'єктів;

по-друге, в разі вибору моделей обліку конкретних груп об'єктів, наприклад моделі обліку основних засобів: за первісною (історичною) або переоціненою вартістю, при визначенні методів нарахування амортизації основних засобів і нематеріальних активів; при виборі підходу щодо визнання доходів у різних конкретних ситуаціях реалізації товарів, робіт, послуг; при визначенні доцільності визнання необоротних активів в якості виведених на продаж тощо.

Ми розуміємо, що критерії відповідного визнання об'єктів обліку передбачені МСФЗ та П(С)БО, однак чітка конкретизація бізнес-моделі компанії в цілому і відносно окремих її активів може допомогти в практичному застосуванні відповідних вимог стандартів.

Слід ураховувати, що бізнес-моделі можна розроблювати відносно як окремих видів активів, продуктів, послуг, так і компанії в цілому чи навіть групи компаній. І зрозуміло, що використання відповідного терміна в даних випадках дещо відрізняється між собою. Саме тому ми не можемо не звернутися до розгляду суті цього поняття в роботах зі стратегічного управління.

Незважаючи на широку вживаність терміна у бізнес-середовищі, при огляді літературних джерел простежується безліч його тлумачень, про що наголошено в статті А. Соолятте [5].

Однак одне з найглибших досліджень, присвячених розгляду суті поняття бізнес-моделі та її застосуванню в управлінні, міститься в роботах А. Остервальдера. На його думку, «бізнес-модель – це уявлення про те, як організація заробляє (чи має намір заробляти) кошти. Бізнес-модель описує цінність, яку організація пропонує клієнтам, відображує здатності організації, перелік партнерів, які потрібні для створення, просування й поставки цієї цінності клієнтам, відношення капіталу, необхідні для отримання стійких потоків доходу»... «бізнес-модель» логічно описує, як організація створює, поставляє клієнтам і придбаває вартість – економічну, соціальну та інші форми вартості» [6, с. 11–22]. Тобто бізнес-модель не просто розкриває, що саме компанія являє собою на сьогодні з погляду наявних у неї ресурсів, а й як вона позиціонує себе в «ланцюжку створення вартості», а також як вона збирається поводитися надалі, тобто які шляхи створення вартості вона припускає

використовувати в майбутньому? Які її перспективи і ризики в ході цього руху?

На наш погляд, у найлаконічнішому вигляді **бізнес-модель можна описати як вибраний компанією метод свого стійкого розвитку.**

У межах такого підходу бізнес-модель розкриває ключові чинники успіху діяльності фірми в такому ракурсі:

1) інфраструктура – що забезпечує переваги компанії? які ресурси у неї є для створення вартості? як вона забезпечена партнерською мережею?

2) пропозиції – які товари і послуги пропонуються споживачам?

3) споживачі – цільова аудиторія; канали розподілу; взаємовідносини із споживачами;

4) фінанси – основні джерела доходів і структура витрат.

Як бачимо, при описанні бізнес-моделі неможливо використати тільки фінансові показники, оскільки вона включає ще й показники зі сфери маркетингу, логістики та ін.

Дещо схожим є визначення Х. Чесброу, який вважає, що «бізнес-модель – це спосіб, який компанія використовує для створення цінності (вартості) і отримання прибутку» [5]. При такому підході, як бачимо, зроблено акцент на отриманні прибутку, водночас відповідне визначення менш конкретизоване і не розкриває питання, про яку саме цінність йдеться, на відміну від попереднього підходу А. Остервальдера.

У роботі А. Сазонова на основі застосування ресурсного підходу наведено таке визначення: «бізнес-модель – це така, що може бути реалізована фінансово (критерій – достатній капітал для старту і/або продовження бізнесу), обрана система використання ресурсів. Мета системи – отримання прибутку» [7]. У цьому визначенні, хоча й акцентується увага на ресурсах, однак ключовим є спрямованість на отримання прибутку.

Як бачимо, незважаючи на несуттєві відмінності у наведених визначеннях у всіх випадках чітко простежується тлумачення змісту категорії «бізнес-модель» крізь призму орієнтації на цінність, тобто на клієнта. За формулюванням А. Соолятте, цей підхід спрямований на зовнішнє середовище організації. Однак поряд із ним у літературі і на практиці можна зустріти дещо інший підхід, а саме «підхід, спрямований всередину організації, або підхід, орієнтований на процеси/ролі» [5].

До такого підходу можна віднести, наприклад, визначення, запропоноване авторами в роботі [8]:

«бізнес-модель – це набір запланованих дій (іноді їх називають бізнес-процесами), спрямованих на отримання доходу на ринку» [8, с. 61].

Крім того, орієнтованим на процеси є таке визначення: «бізнес-модель – це опис підприємства як складної системи із заданою точністю. У межах бізнес-моделі відображаються всі об'єкти (сутності), процеси, правила виконання операцій, існуюча стратегія розвитку, а також критерії оцінки ефективності функціонування системи» [5].

Дві різноспрямовані позиції щодо тлумачення змісту бізнес-моделі пов'язані із різними підходами до ведення бізнесу. Перший підхід орієнтує на результати і цінності, що компанія створює для всіх зацікавлених осіб, а другий – на технологічні аспекти створення таких цінностей.

Особливе місце серед визначень суті поняття «бізнес-модель» займає тлумачення, запропоноване в роботі Ю. Виходця і В. Міронова:

– «бізнес-модель – це сукупність ролей і зв'язків, які реалізуються суб'єктом підприємницької діяльності для отримання позитивного фінансово-економічного результату в межах певної конструкції інтересів;

– конструкція інтересів – сукупність мотивів, позицій і намірів конкретних учасників конкретного ланцюжка створення вартості, яка зумовлює найбільш вірогідні рішення в галузі: зростання і домінування на ринку; роботи з мінімізації ризиків, роботи із збільшення маржі» [9, с. 57–58].

Як бачимо, особливістю підходу є те, що автори пропонують розглядати «бізнес-модель» крізь призму поняття «економічні інтереси». І таке розуміння здається логічним, оскільки саме від уміння забезпечити певний консенсус економічних інтересів між всіма зацікавленими особами, що мають відношення до підприємства, залежать економічна стійкість підприємства і реальна реалізація відповідної бізнес-моделі. До того ж якщо вести мову про розкриття бізнес-моделі компанії при складанні корпоративної звітності, то зв'язок з ідеєю забезпечення консенсусу інтересів зацікавлених осіб стає ще більш явним, оскільки сам факт розкриття суто управлінської інформації для зовнішніх користувачів має на меті залучення їх до більш широкої співпраці за всіма напрямками діяльності компанії – і відносно залучення фінансових ресурсів з боку потенційних інвесторів, і з точки зору формування власної цінності для реальних і потенційних контрагентів – як для постачальників, так і для покупців та ін.

Окремо хотілося б наголосити, що поняття «біз-

нес-моделі» і поняття «стратегія діяльності компанії» не є тотожними, про що чітко вказує в своїй роботі А. Сооляте. Так, для розкриття взаємозв'язку автор використовує запропоновану М. Леві (M. Levy) формулу «рівняння цінності»: $V=MS$, де $V = \text{Value}$ (Цінність), $M=\text{Model}$ (Бізнес-модель), $S = \text{Strategy}$ (Стратегія) [5; 8, с. 60].

Дуже важливим питанням є класифікація бізнес-моделей. Ці аспекти досить глибоко пророблені в роботах [5; 10]. Так, в основу класифікації так званих «архетипів бізнес-моделей», що була розроблена групою фахівців Масачусетського технологічного університету – MIT Business Model Archetypes, покладені:

- 1) типи прав на активи, які реалізує компанія;
- 2) основний вид активів, які використовуються в бізнесі.

У першому випадку відокремлені чотири базові бізнес-моделі: Створювач (Creator), Дистриб'ютор (Distributor), Власник (Landlord), Брокер (Broker). У другому випадку розмежовані чотири типи активів, які є переважними для даного бізнесу: фізичні, фінансові, нематеріальні або людські. При встановленні взаємозв'язку між типами активів, які використовує компанія, і типами прав на активи, які вона реалізує, в остаточному варіанті передбачено розмежування 16 типів бізнес-моделей [5; 9, с. 60; 10].

У межах нашого дослідження, яке спрямоване на з'ясування напрямів впливу поняття «бізнес-модель» на побудову облікової системи, хотілося б зазначити, що від того, який конкретний тип бізнес-моделі обирає підприємство, багато в чому залежить порядок визнання її активів, а також доходів і витрат від відповідної діяльності. Наприклад, якщо йдеться про власника матеріальних активів, який отримує дохід в основному від володіння ними, то відповідні активи швидше за все є інвестиційною власністю згідно з вимогами бухгалтерського обліку, а якщо той самий власник матеріальних активів використовує їх для процесів діяльності, пов'язаних із суттєвим перетворенням вартості, тобто для виробничих цілей, то ті самі активи є основними засобами.

Отже, бізнес-модель розкриває основний напрям використання ресурсів для отримання економічних вигід компанією і в такому контексті є важливим елементом з точки зору як визнання і оцінки об'єктів, так і управління ними.

Для можливості використання поняття «бізнес-модель» у процесі ведення обліку та складання звітності вважаємо за доцільне чітко визначити, які основні складові мають бути відокремлені при його

тлумаченні. Одразу ж хотілося б зауважити, що складові елементи бізнес-моделі деякі із дослідників також тлумачать дуже широко.

Наприклад, Дж. МакКей (J. McKay) і П. Маршалл (P. Marshall) у складі елементів бізнес-моделі називають такі: управління відношеннями з клієнтами (в тому числі ціннісна пропозиція); асортимент товарів і послуг, процеси і дії; необхідні ресурси, постачальників і бізнес-мережі; фінансову стійкість (в тому числі джерела доходу) [5].

А. Остервальдер дає ще більш докладну конкретизацію складових бізнес-моделі і відносить до них дев'ять елементів: споживчі сегменти; ціннісні пропозиції; мережі збуту; взаємовідносини із клієнтами; потоки надходження доходів; ключові ресурси; ключові види діяльності; ключові партнери; структура витрат [6].

Ключові елементи можуть бути розмежовані або дещо згруповані, але це не змінює суті, в будь-якому разі бізнес-модель має давати відповідь на запитання: що саме компанія пропонує ринку, споживачам, яку конкретну цінність створює і в який спосіб вона може забезпечити цей процес всіма видами ресурсів.

При побудові інтегрованої звітності поняття «бізнес-модель» виходить на перший план, оскільки саме розкриття широкому колу зацікавлених осіб – користувачів звітності стратегічних планів діяльності компанії з розкриттям найважливішого питання: як компанія планує створювати вартість у майбутньому, ставиться за мету. З урахуванням цієї мети **ключовими елементами бізнес-моделі при складанні інтегрованої звітності** мають стати такі:

1) склад продуктів і послуг, які пропонуються споживачам і які становлять для них цінність;

2) опис системи створення цінності з розкриттям інформації про постачальників, інших суттєвих контрагентів, цільових клієнтів із акцентом на ланцюжок створення вартості;

3) опис складу ресурсів усіх видів, які компанія застосовує в процесі створення вартості – фінансових, матеріальних, нематеріальних;

4) опис фінансової моделі компанії, яка має розкривати, по-перше, способи отримання доходів (економічних вигід) і, по-друге, структуру витрат.

Із розглянутих підходів щодо визначення бізнес-моделі для цілей складання інтегрованої звітності більш доцільно застосовувати підхід, зорієнтований на зовнішнє середовище, тобто підхід, що розкриває цінність для клієнта, ніж технологічні аспекти бізнес-процесів.

Однак постає запитання: а навіщо взагалі розкри-

вати інформацію про бізнес-моделі у звітності? Що це може дати?

Вважаємо, що основне, що дає змогу розкрити відповідну інформацію, полягає в тому, що:

- за наявності інформації про бізнес-модель можна отримати більш повне уявлення про стратегічні заходи, які застосовує компанія, а отже, ці дані можуть бути використані для оцінки та аналізу ефективності обраної стратегії порівняно із аналогічними компаніями;

- розуміння бізнес-моделі полегшує якісну оцінку як інвестиційної привабливості компанії, так і її потенціалу;

- розкриття бізнес-моделі дає можливість чітко зрозуміти коректність віднесення активів компанії до їх конкретних видів і дійти висновку про адекватність вибраних методів оцінки;

- введення інформації про бізнес-модель у склад інтегрованої звітності є корисним не лише для реальних чи потенційних інвесторів, а й для її керівництва, тобто для внутрішніх користувачів звітності. Акцент на необхідність визначення бізнес-моделі та її формулювання звертає увагу менеджерів взагалі на її чітку проробку і окреслення всіх основних її складових, а отже, може бути шляхом для оптимізації бізнесу як щодо обраної стратегії, так і щодо конкретних заходів її реалізації. Вважаємо, що саме по собі розуміння того, як компанія створює і як планує створювати цінність у майбутньому, є дуже важливим для підтримання стійкого розвитку компанії.

Якщо врахувати той факт, що сьогодні глобальна фінансова криза, на жаль, не завершилася, то концентрація уваги на тому, наскільки фактично застосовані й ті, що планують застосовувати, бізнес-моделі є ефективними і забезпеченими з ресурсної точки зору, – дуже важливий механізм запобігання майбутніх втрат і можливість чітко з'ясувати свої стратегічні позиції і залишитися в бізнесі, незважаючи на складні загальні економічні умови.

Як бачимо, розуміння поняття «бізнес-моделі» для цілей складання інтегрованої звітності набагато ширше, ніж те, що зустрічається в його нинішньому вигляді в МСФЗ 9. Якщо сьогодні бізнес-модель розглядається лише як сукупність обраних методик управління фінансовими активами, то при застосуванні в межах концепції інтегрованої звітності це поняття постає фактично як модель, що розкриває механізм створення вартості відносно компанії в цілому.

Отже, «бізнес-модель» в найближчі роки буде важливим поняттям, що так чи інакше впливатиме на показники обліку і звітності компаній.

ВИСНОВКИ

1. Поняття «бізнес-модель» доцільно застосовувати в процесі розробки облікової політики окремих економічних об'єктів, зокрема: необоротних активів, фінансових активів, доходів і витрат тощо. Від обраної підприємством бізнес-моделі щодо відповідних активів можуть змінюватися методи їх оцінки, а отже, і відображення в обліку та звітності.

2. Взаємозв'язок між визначенням окремих методик обліку в обліковій політиці підприємства і його бізнес-моделлю в цілому, а також бізнес-моделлю стосовно окремих об'єктів є прямим і безпосереднім. Мета використання активу визначається бізнес-моделлю, а отже, визначає його класифікаційні характеристики і є основою для коректного застосування критеріїв визнання й обліку.

3. Складові бізнес-моделі компанії в цілому мають стати важливою частиною показників, що наводяться в інтегрованій звітності компанії, і забезпечити розкриття того, яким чином компанія створює і планує створювати вартість. Введення інформації про бізнес-модель у склад корпоративної звітності є корисним як для інвесторів, так і для внутрішніх користувачів звітності, оскільки акцентує увагу на важливості пошуку реального механізму реалізації обраної стратегії, а також на необхідності встановлення зв'язку між стратегією, бізнес-моделлю і наявними ресурсами компанії.

4. Перспективи подальших досліджень пов'язані з більш детальним визначенням і обґрунтуванням складу показників інтегрованої звітності і опрацюванням того, яким чином забезпечити взаємозв'язане розкриття інформації про бізнес-модель компанії та інших фінансових і нефінансових показників інтегрованого звіту.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. *Сорокина К.В.* Интегрированная отчетность – новая модель отчетности для бизнеса / К.В. Сорокина // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты. – 2011. – № 7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.audit-it.ru/articles/msfo/a24744/372245.html>

2. *Коротецкий И.* Что такое интегрированная отчетность? / И. Коротецкий // Бухгалтерия.ru. – 2011, 26 дек. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.buhgalteria.ru/article/n52953>

3. *На один шаг ближе к интегрированной отчетности. Новый подход в XXI веке* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ifrs.ru/upload/IR-Discussion-Paper-2011_single-rus.pdf

4. *МСФЗ 9 «Финансові інструменти»* [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://bankir.ru/website/static/files/39/38745_ifrs_9_.doc

5. *Сооляттэ А.Ю.* Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация / А.Ю. Сооляттэ // Фин-эксперт. – 2009, 27 янв. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finexpert-training.ru/index.php?ID=152&articleID=358>

6. *Osterwalder A.* The Business Model Ontology – A Proposition In A Design Science Approach / A. Osterwalder. – Universite de Lauasanne, 2004. – 169 с.

7. *Сазонов А.* О понятии бизнес-модели / А.О. Сазонов // Корпоративный менеджмент. – 2011, 26 апр. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/strategy/competit/business-model.shtml>

8. *Laudon K.C.* E-Commerce: Business, Technology, Society / K.C. Laudon, C.G. Traver – Addison Wesley, 2003. – P. 61.

9. *Выходец Ю.С.* Бизнес-модель внешнеэкономической деятельности компании-посредника на рынке продукции машиностроения / Ю.С. Выходец, В.А. Миронов // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2009. – № 4 (8). – С. 55–65.

10. *Do Some Business Models Perform Better than Others? A Study of the 1000 Largest US Firms* [Електронний ресурс] / Peter Weill, Thomas W. Malone, Victoria T. D'Urso, George Herman, Stephanie Woerner. – Sloan School of Management Massachusetts Institute of Technology. – Режим доступа: <http://ccs.mit.edu/papers/pdf/wp226.pdf>

В статье рассмотрены направления использования нового для отечественной теории и практики понятия «бизнес-модель» компании в системе бухгалтерского учета отдельных экономических объектов, а также в процессе составления интегрированной отчетности.

Ключевые слова: бизнес-модель, учет, учетная политика, МСФО, интегрированная отчетность, создание стоимости.

In the article the directions of the use of the new for the domestic theory and practice of the concepts of «business model» of the company in the accounting system of individual economic objects and in the process of formation of the Integrated reporting are considered.

Keywords: business model, accounting, accounting policy, IAS, integrated reporting, value creation.