

УДК 65. 657  
JEL: G31; G32; M20; M40  
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-6-308-314>

## СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ: УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ТА НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ

©2025 ФОМІНА О. В.

УДК 65. 657  
JEL: G31; G32; M20; M40

### Фоміна О. В. Створення вартості бізнесу: управлінський облік та нефінансова звітність

Метою статті є аналіз підходів управлінського обліку до збору, обробки даних і надання інформації про створення вартості бізнесу, що дозволить скласти алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу. Проведене дослідження дозволило виділити основні методи та процедури управлінського обліку створення вартості бізнесу, а саме: визначення та аналіз бізнес-процесів та побудова бізнес-моделі підприємства; аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, визначення факторів та ризиків, що впливають на створення вартості бізнесу; визначення фінансових і нефінансових показників оцінки впливу факторів та ризиків на створення вартості бізнесу. Був запропонований алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу, що дозволяє визначити послідовність застосування методів та процедур управлінського обліку в контексті створення вартості бізнесу та забезпечити достовірною інформацією користувачів управлінського звіту з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є визначення методів та процедур виконання етапів алгоритму управлінського обліку створення вартості бізнесу, а саме: визначення методу знаходження факторів внутрішнього та зовнішнього середовища та ризиків, які впливають на вартість бізнесу; розробка реєстру універсальних показників оцінки впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на створення вартості бізнесу; розробка реєстру показників оцінки впливу ризиків на створення вартості бізнесу; визначення методів аналітичного розрахунку коефіцієнтів впливу факторів та ризиків на створення майбутньої вартості бізнесу; розробка переліку ключових питань для проведення анкетування та опитування співробітників або клієнтів; розробка макету бізнес-моделі підприємства; розробка змісту управлінського звіту про створення вартості бізнесу.

**Ключові слова:** управлінський облік, створення вартості бізнесу, капітали, управлінська звітність, нефінансова звітність, ESG-звітність, інтегрована звітність, обліково-аналітичне забезпечення.

**Табл.:** 2. **Бібл.:** 10.

**Фоміна Олена Володимирівна** – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри обліку та оподаткування, Державний торговельно-економічний університет (вул. Кіото, 19, Київ, 02156, Україна)

**E-mail:** [o.fomina@knute.edu.ua](mailto:o.fomina@knute.edu.ua)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-4962-3298>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/B-2486-2019>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=36069147400>

UDC 65. 657  
JEL: G31; G32; M20; M40

### Fomina O. V. Creating Business Value: Managerial Accounting and Non-Financial Reporting

The aim of the article is to analyze the approaches of managerial accounting to the collection, processing of data, and provision of information on the creation of business value, which will facilitate the development of an algorithm for managerial accounting of business value creation. The research conducted has allowed the identification of the main methods and procedures of managerial accounting for creating business value, namely: defining and analyzing business processes and constructing the business model of the enterprise; analyzing the internal and external environment, identifying factors and risks that affect the creation of business value; determining financial and non-financial indicators for assessing the impact of factors and risks on the creation of business value. An algorithm for managerial accounting of business value creation has been proposed, which allows for the identification of the sequence of methods and procedures for managerial accounting in the context of creating business value and providing users of managerial reports with reliable information for making informed managerial decisions. The prospects for further research in this area include determining the methods and procedures for carrying out the stages of the business value creation managerial accounting algorithm, namely: defining methods for identifying factors of the internal and external environment and risks that affect business value; developing a registry of universal indicators for assessing the impact of internal and external environment factors on business value creation; developing a registry of indicators for assessing the impact of risks on business value creation; and determining methods for analytical calculation of the coefficients of the impact of factors and risks on the creation of future business value; development of a list of key questions for conducting surveys and interviews with employees or clients; development of a business model design; development of the content of a managerial report on business value creation.

**Keywords:** managerial accounting, business value creation, capital, managerial reporting, non-financial reporting, ESG reporting, integrated reporting, accounting-analytical support.

**Tabl.:** 2. **Bibl.:** 10.

**Fomina Olena V.** – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of the Department of the Accounting and Taxation, State University of Trade and Economics (19 Kioto Str., Kyiv, 02156, Ukraine)

**E-mail:** [o.fomina@knute.edu.ua](mailto:o.fomina@knute.edu.ua)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0002-4962-3298>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/B-2486-2019>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=36069147400>

Інформація про створення вартості бізнесу є вагомим для прийняття рішень як для зовнішніх, так і для внутрішніх користувачів звітності. Інформаційне забезпечення зовнішніх користувачів (стейкхолдерів, інвесторів, банків та ін.) відбувається за допомогою фінансової звітності, зміст якої наповнюють облікові дані, які отримують шляхом ведення фінансового обліку. Інформаційне забезпечення внутрішніх користувачів (насамперед, керівників підприємств і менеджерів середнього рівня) відбувається за допомогою управлінської звітності, зміст якої наповнюють дані управлінського обліку. Відмінність даних управлінського обліку від фінансового полягає в більш детальному розкритті інформації про вартість бізнесу, що включає: фінансові та нефінансові показники, аналітичні розрахунки, дані про певні бізнес-процеси підприємства тощо.

Ефективність господарської діяльності підприємства (в тому числі створення вартості бізнесу) залежить від управлінських рішень керівництва, які, своєю чергою, на пряму залежать від інформації, яка відображається в управлінській звітності.

Інститут сертифікованих бухгалтерів з управлінського обліку визначає бухгалтера з управлінського обліку таким чином: «бухгалтер з управлінського обліку застосовує свої професійні знання та навички для підготовки та представлення фінансової та іншої інформації, орієнтованої на прийняття рішень, таким чином, щоб допомогти керівництву у формулюванні політики, а також у плануванні та контролі діяльності підприємства. Тому управлінські бухгалтери розглядаються як «творці вартості» серед бухгалтерів» [1].

Належне забезпечення інформацією користувачів управлінської звітності дає можливість приймати більш обґрунтовані управлінські рішення, що позитивно вплине на створення вартості бізнесу. Виходячи з цього, актуальним питанням на даний момент є визначення найбільш ефективних підходів до ведення управлінського обліку в контексті створення вартості бізнесу.

Дослідженню питань управлінського обліку створення вартості бізнесу або дотичними до нього питаннями присвячені роботи цілого ряду вчених, а саме: питанням створення інформації про бізнес-процеси в управлінському обліку (в т. ч. формування показників, які демонструють в реальному часі зростання вартості бізнесу та його реальний стан) займався А. Папінко [2]; розробкою системи стратегічного управлінського обліку, яка дозволяє визначити довгострокові стратегічні ініціативи, що максимізують вартість компанії, а також здійснювати ефективну оцінку прийнятих рішень із позицій внеску до вартості підприємства

та реалізації потенціалу створення вартості займався К. В. Сатушева [3]; важливість стратегічного планування обліково-аналітичного забезпечення для підвищення вартості підприємства вивчав В. В. Нікіфоренко [4]; організацію стратегічного обліку як основної підсистеми управлінського обліку та контролю за факторами створення вартості з урахуванням результативності реалізації стратегії підприємства досліджували Р. Костирко, А. Зайцева, Є. Міклашевська [5].

Проаналізувавши праці науковців, можна виділити значну кількість методів та процедур в управлінському обліку, які можна застосувати в контексті створення вартості бізнесу. До основних з них, насамперед, можна віднести: визначення та аналіз бізнес-процесів та побудову бізнес-моделі підприємства; аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, визначення факторів та ризиків, що впливають на створення вартості бізнесу; визначення фінансових і нефінансових показників оцінки впливу факторів та ризиків на створення вартості бізнесу. На нашу думку, з метою ефективного застосування підходів управлінського обліку до створення вартості бізнесу важливим завданням є визначення алгоритму послідовного застосування методів і процедур зазначених підходів.

Метою статті є аналіз підходів управлінського обліку до збору, обробки даних та надання інформації про створення вартості бізнесу, що дозволить скласти алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу.

Управлінський облік, на відміну від фінансового, передбачає забезпечення користувачів інформацією кількісного та якісного характеру. Проте він потребує відповідного формулювання завдань і більш детального визначення підходу щодо забезпечення користувачів звітності інформацією, зокрема про створення вартості бізнесу. З цією метою для досягнення зазначеної мети доречно використовувати як основу рекомендації щодо інтегрованого підходу, які визначені IIRF [6].

Визначення бізнес-процесів підприємства є важливим заходом, що дасть розуміння про процес реалізації товарів, робіт, послуг, визначення джерел доходів і призначення витрат, що потенційно впливають на створення вартості бізнесу. Зазвичай під час бізнес-процесів підприємства на створення вартості бізнесу впливають фактори внутрішнього та зовнішнього середовища залежно від певного етапу. Наприклад, на етапі вироблення продукції важливим є стан виробничих основних засобів, час на виготовлення продукції та ін.; на етапі реалізації – кваліфікація та продуктивність працівників, попит на продукцію, репутація підприємства тощо.

Для визначення факторів впливу на створення вартості бізнесу проводять детальний аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Згідно IIRF значні фактори, що впливають на навколишнє середовище, в якому функціонує підприємство, включають аспекти правового, комерційного, соціального, екологічного та політичного контексту, що впливають на його здатність створювати вартість у короткостроковій, середньостроковій або довгостроковій перспективі. Вони можуть впливати на організацію прямо чи опосередковано (наприклад, шляхом впливу на наявність, якість і доступність капіталу, який використовує організація чи на який вона впливає). Дані фактори мають місце в контексті конкретної організації, її галузі чи регіону, а також у ширшому соціальному чи планетарному контексті [6]. IIRF для прикладу представляє такі фактори зовнішнього середовища:

- ✦ правомірні потреби та інтереси ключових зацікавлених сторін;
- ✦ макро- та мікроекономічні умови, такі як економічна стабільність, глобалізація та галузеві тенденції;
- ✦ ринкові сили, такі як порівняно сильні та слабкі сторони конкурентів, а також споживчий попит;
- ✦ швидкість та вплив технологічного прогресу;
- ✦ суспільні проблеми, такі як зміни в чисельності населення та інші демографічні зміни, права людини, здоров'я, бідність, колективні цінності та системи освіти;
- ✦ екологічні виклики, такі як зміна клімату, зникнення екосистем і дефіцит ресурсів у міру досягнення планетарних обмежень;
- ✦ правове та регуляторне середовище, в якому організація веде свою діяльність;
- ✦ політичне середовище в країнах, де організація веде свою діяльність, а також в інших країнах, яке може вплинути на здатність організації реалізовувати її стратегію [6].

Порядок розкриття інформації про фактори впливу на створення вартості, виходячи з рекомендацій IIRF, виглядає таким чином (табл. 1).

**А**наліз внутрішнього та зовнішнього середовища допомагає також визначити ризики та можливості, які мають потенційний вплив на створення вартості бізнесу. В. М. Хомка, О. М. Червінка, Сороківський Д. М. та ін. визначають найефективніші методи ідентифікації, оцінки та відображення ризиків на основі даних управлінського обліку: матриця ризиків; сценарний аналіз; SWOT-аналіз; аналіз чутливості; аналіз ймовірних наслідків; портфельний аналіз [7]. Зважаючи на ви-

щенаведене, можна зробити висновок про те, що належне визначення впливу ризиків на створення вартості бізнесу потребує постійного моніторингу діяльності підприємства та середовища, в якому воно функціонує.

Викликає інтерес вибір методичних підходів до аналізу ризиків підприємства за допомогою SWOT-аналізу. Як визначає W. Pelz, «SWOT-аналіз – це інструмент, який дозволяє визначити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості та загрози з боку зовнішнього середовища. Цей аналіз на основі даних управлінського обліку допомагає виявити фінансові ризики та побудувати стратегію управління ними» [8]. Погоджуючись з думкою автора, зазначимо, що вплив внутрішнього середовища на створення вартості бізнесу є не менш важливим, тому він також потребує ретельного аналізу.

**П**ісля визначення бізнес-процесів, факторів та ризиків підприємства наступним кроком буде побудова його бізнес-моделі, що допоможе зібрати отримані дані в одне ціле та проаналізувати, як бізнес-процеси та фактори зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства впливають на створення вартості бізнесу.

Згідно з IIRF бізнес-модель організації представляє систему, яка перетворює використовувані ресурси через комерційну діяльність на продукти й результати діяльності та спрямована на досягнення стратегічних цілей організації, створення вартості в короткостроковій, середньостроковій і довгостроковій перспективі. В інтегрованому звіті описується бізнес-модель, у тому числі ключові:

- ✦ ресурси, що використовуються;
- ✦ види комерційної діяльності;
- ✦ продукти діяльності;
- ✦ підсумки діяльності [6].

Також в IIRF зазначено, що ефективність і чіткість опису бізнес-моделі можуть бути підвищені за допомогою таких способів, як:

- ✦ явне визначення ключових елементів бізнес-моделі;
- ✦ використання простої графічної схеми, що представляє ключові елементи бізнес-моделі та супроводжується чітким поясненням застосування цих елементів до організації;
- ✦ логічний текстовий опис, що відповідає конкретним обставинам організації;
- ✦ опис найважливіших зацікавлених сторін та інших залежностей (наприклад, від сировини), а також важливих факторів, що впливають на вартість бізнесу;
- ✦ зв'язок інформації про бізнес-модель з інформацією, що передбачається іншими елементами змісту, такими як стратегія, ризи-

## Розкриття інформації про фактори впливу на створення вартості

| № з/п | Умови розкриття та вид інформації про фактори                                                                                                                        | Інформація, яку необхідно розкривати                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Ключова інформація                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– опис фактора та його вплив на стратегію організації, її бізнес-модель або капітали;</li> <li>– взаємодії та взаємозалежності, що мають відношення до фактора та забезпечують розуміння причинно-наслідкових взаємозв'язків;</li> <li>– думка організації про цей фактор;</li> <li>– заходи, призначені для управління цим фактором, і те, наскільки вони були ефективними;</li> <li>– ступінь контролю організації над цим фактором;</li> <li>– розкриття кількісної та якісної інформації, у тому числі порівняльної інформації за попередні періоди та цільових показників на майбутні періоди</li> </ul> |
| 2     | Інформація про невизначеність, якщо така існує щодо будь-якого фактора                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– опис невизначеності;</li> <li>– діапазон можливих підсумків діяльності, пов'язаних з ними припущень, а також вказівка на те, як така інформація може змінитися, якщо припущення не реалізуються таким чином, як описано у звіті;</li> <li>– волатильність, ступінь впевненості чи довірчий інтервал, пов'язані з поданою інформацією</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 3     | Якщо встановлено, що визначити найважливішу інформацію про певний фактор невизначеності неможливо, у звіті розкривається інформація про таку обставину та її причини |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 4     | Якщо фактор може спричинити значну втрату конкурентної переваги, у звіті розкривається загальний характер фактора, а не його конкретні деталі                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

Джерело: складено на основі [6].

ки та можливості, а також результати діяльності підприємства (включно з ключовими показниками результативності та фінансові пріоритети, такі як стримування витрат і виручка) [6].

Отже, при побудові бізнес-моделі необхідно враховувати всі важливі елементи, які беруть участь у бізнес-процесах підприємства, що дозволить отримати повну та достовірну інформацію щодо їх впливу на створення вартості бізнесу.

**В**слід за визначенням факторів необхідно оцінити їх вплив. З цією метою визначають показники оцінки впливу факторів на створення вартості бізнесу. Кожне підприємство, залежності від виду діяльності та потреб користувачів звітності, виділяє власні показники. Методи визначення показників оцінки факторів впливу можуть бути різними. IIRF [6] у своїх положеннях надає рекомендації щодо ключових показників ефективності. В IIRF зазначено, що кількісні показники, такі як ключові показники результативності, можуть сприяти підвищенню сумісності та особливо корисні для цільових показників, а також для звітності за фактичними значеннями таких показників у порівнянні з цільовими значеннями. Кількісні

показники, що відповідають цілям звіту, мають загальні властивості, які полягають у такому [6]:

- ✦ мають відношення до обставин діяльності організації;
- ✦ відповідають показникам, які використовуються для внутрішніх цілей особами, які відповідають за корпоративне управління;
- ✦ пов'язані (наприклад, демонструють пов'язаність між фінансовою та іншою інформацією);
- ✦ зосереджені на факторах, виявлених у рамках процесу визначення суттєвості, що застосовується організацією;
- ✦ представлені спільно з відповідними цільовими показниками, прогнозами чи сценаріями на два чи більше майбутніх періодів;
- ✦ представлені за кілька періодів (наприклад, три або більше) для забезпечення розуміння тенденцій;
- ✦ представлені порівняно з розкритими у звітах за попередні періоди цільовими показниками, прогнозами чи сценаріями для забезпечення підзвітності;
- ✦ узгоджуються із загальноприйнятими галузевими та регіональними бенчмарками, забезпечуючи цим основу для зіставлення;



- ✦ відображаються у звіті на послідовній основі протягом кількох періодів поспіль, незалежно від того, чи відображаються тенденції та зіставлення сприятливими чи несприятливими;
- ✦ надаються спільно з якісною інформацією для забезпечення контексту та підвищення їх змістовності [6].

Також IIFR зазначає, що доречна якісна інформація пояснює:

- ✦ методи вимірювання показників та допущення, що лежать в їх основі;
- ✦ причини значних відхилень від цільових показників, тенденцій чи бенчмарок, а також чому організація очікує, що такі відхилення повторяться чи ні [6].

Деякі автори також надають перевагу ключовим показникам ефективності [2; 5], інші [3; 9] – збалансованій системі показників. Так, В. П. Гринь зазначає що «збалансована система показників дозволяє пов'язати в єдину ієрархічну систему фінансові та нефінансові показники, що характеризують чотири основні перспективи діяльності підприємства (фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання та кар'єрне зростання), що пов'язані між собою на основі причинно-наслідкових зв'язків» [10]. Також автор стверджує, що «збалансована система показників дозволяє забезпечити реалізацію стратегічного контролю на основі використаної системи ключових показників ефективності, які узгоджені з відповідними цілями, задачами та ініціативами, а також пов'язані зі стратегічним планом підприємства» [10]. На нашу думку, обидва методи можна застосовувати при визначенні показників оцінки впливу факторів та ризиків на створення вартості бізнесу.

При цьому можуть допомогти додаткові аналітичні розрахунки, які проводять з метою деталізації даних і поглибленого вивчення певного питання. Вони можуть проводитися на основі даних бухгалтерського обліку (реєстрів бухгалтерського обліку та фінансової звітності) або даних, отриманих в результаті певних заходів (опитування, анкетування, моніторинг тощо). Наприклад, визначення коефіцієнта певного ризику та його вплив на оцінку вартості бізнесу або аналіз змін показників результатів бізнес-процесів за певний період.

Отримана інформація про створення вартості відображається в управлінській звітності підприємства. Основою такої звітності може служити нефінансовий (звіт про сталий розвиток, ESG-звіт, звіт про прогрес тощо) або інтегрований звіт, зміст якого наведений в положеннях IIFR [6]. За необхідності підприємство може

додати або прибрати непотрібні елементи змісту. Також підприємство може представляти інформацію в інших видах управлінської звітності. Інформація, яка підлягає розкриттю в нефінансовій та інтегрованій звітності підприємств, є корисною для управління створенням вартості та, відповідно, має бути відображена в управлінських звітах.

Варто додати, що одним із підходів ефективного аналізу процесу створення, збереження або втрати вартості є запровадження в систему управлінського обліку шести капіталів, які пропонує у своїх положеннях IIFR (фінансовий, виробничий, інтелектуальний, людський, соціально-репутаційний та природний) [6]. Збільшення або зменшення певного капіталу впливає на оцінку створення вартості бізнесу. Інформація про ці капітали відображається за допомогою як фінансових, так і нефінансових показників, до яких в деяких випадках наводиться описова частина. На нашу думку, такий підхід допомагає змістовно розширити розкриття інформації про створення вартості бізнесу в управлінській звітності.

Виходячи з вищерозглянутих методів та процедур управлінського обліку створення вартості бізнесу, пропонуємо скласти алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу, який наведений у *табл. 2*.

Запропонований в результаті дослідження алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу дозволяє визначити послідовність застосування методів та процедур управлінського обліку в контексті створення вартості бізнесу та забезпечити достовірною інформацією користувачів управлінського звіту з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Залежно від потреб користувачів алгоритм може доповнюватися додатковими етапами та процедурами або, навпаки, – прибрати неактуальні.

## ВИСНОВКИ

Існує багато методів та процедур збору, обробки та відображення інформації про створення вартості бізнесу в управлінському обліку. При формуванні управлінської звітності має бути відображена інформація про створення вартості, що публікується у нефінансовій (звіт про сталий розвиток, ESG-звіт, звіт про прогрес тощо) або інтегрованій звітності.

Проведене дослідження дозволило виділити основні методи та процедури управлінського обліку створення вартості бізнесу, а саме: визначення та аналіз бізнес-процесів та побудова бізнес-моделі підприємства; аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища, визначення факторів та ризиків, що

## Алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу

| № з/п | Етап                                                                                | Мета виконання                                                                                                                               | Дані, які можна отримати                                                                                                      |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Визначення бізнес-процесів                                                          | З метою визначення джерел отримання доходів та напрямків витрат підприємства внаслідок його діяльності. Побудова ланцюжку створення вартості | Перелік джерел доходів.<br>Перелік напрямків витрат.<br>Господарські операції, які проводяться під час певних бізнес-процесів |
| 2     | Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства                          | З метою визначення, які фактори та ризики впливають на створення вартості бізнесу                                                            | Реєстр факторів та ризиків, що впливають на створення вартості бізнесу                                                        |
| 3     | Побудова бізнес-моделі підприємства                                                 | З метою аналізу того, як бізнес-процеси, фактори та ризики впливають на створення вартості бізнесу                                           | Бізнес-модель підприємства з відображенням факторів і ризиків впливу на вартість бізнесу на кожному етапі бізнес-процесу      |
| 4     | Визначення показників оцінки створення вартості бізнесу                             | З метою оцінки впливу факторів та ризиків на створення вартості бізнесу. Використовуються як фінансові та і нефінансові показники            | Кількісна або якісна інформація оцінки впливу факторів на створення вартості бізнесу                                          |
| 5     | Проведення аналітичних розрахунків, процедур анкетування, спостереження, опитування | З метою відображення більш детальної інформації про створення вартості бізнесу в поточному та майбутньому періодах                           | Коефіцієнти.<br>Результати опитувань.<br>Результати спостережень                                                              |
| 6     | Формування управлінської звітності                                                  | З метою надання достовірної інформації про створення вартості бізнесу внутрішнім користувачам для прийняття обґрунтованих рішень             | Управлінська звітність у контексті створення вартості бізнесу (у вигляді інтегрованого або іншого звіту)                      |

Джерело: авторська розробка.

впливають на створення вартості бізнесу; визначення фінансових і нефінансових показників оцінки впливу факторів та ризиків на створення вартості бізнесу.

У результаті дослідження був запропонований алгоритм управлінського обліку створення вартості бізнесу, що дозволяє визначити послідовність застосування методів і процедур управлінського обліку в контексті створення вартості бізнесу та забезпечити достовірною інформацією користувачів управлінського звіту з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Institute of Certified Management Accountants. About ICMA. URL: <https://www.cmawebline.org/about-icma.html>
2. Папінко А. Створення інформації про бізнес-процеси ІТ-компанії в управлінському обліку. *Вісник економіки*. 2023. Вип. 4. С. 150–170. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.04.150>
3. Сатушева К. В. Формування системи стратегічного управлінського обліку в управлінні

вартістю підприємства. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2013. Вип. 24. С. 265–272. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/e14623bb-5bf5-4a9a-8869-f42eee182d41/content>

4. Нікіфоренко В. В. Стратегічне планування обліково аналітичного забезпечення в контексті підвищення вартості підприємства. *II Міжнародна науково-практична конференція "Scientific achievements of contemporary society"* (Великобританія, Лондон, 12–14 вересня 2024 р.). С. 361–365.
5. Костирко Р. О., Зайцева Л. О., Міклашевська Є. Пріоритети методологічних засад управлінського обліку в забезпеченні сталого розвитку підприємств. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. Вип. 2. С. 166–173.
6. International Integrated Reporting Council. *Integrated Reporting Framework*. URL: <https://integratedreporting.ifrs.org/resource/international-ir-framework/>
7. Хомка В. М., Червінка О. М., Сороківський Д. М., Нагірний Я. В. та ін. Інструменти ідентифікації фінансових ризиків на основі даних управлінського обліку. *Наукові записки Львівського універси-*

- мету бізнесу та права. Серія «Економічна». 2024. № 40. С. 680–686.  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10441307>
8. Pelz W. SWOT-Analyse: SWOT Analyse: Definition, Beispiele und Tipps. URL: <http://wpelz.de/ress/swot.pdf>
  9. Захаркіна Л. С., Салтикова Г. В., Новіков В. М. Теоретико-методологічні засади вартісно-орієнтованого підходу до управління бізнесом. *Бізнес Інформ*. 2021. № 7. С. 169–177.  
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-7-169-177>
  10. Гринь В. П. Збалансована система показників та система стратегічного управлінського обліку: напрями взаємодії. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2021. Вип. 42. С. 72–79.  
DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-42-11>
- REFERENCES**
- Hryn, V. P. “Zbalansovana systema pokaznykiv ta systema stratehichnoho upravlinskoho obliku: napriamy vzaiemodii” [Balanced Scorecard and Strategic Management Accounting System: Directions of Interaction]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomiczni nauky»*, no. 42 (2021): 72–79.  
DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-42-11>
- “Institute of Certified Management Accountants”. *About ICMA*. <https://www.cmawebline.org/about-icma.html>
- “International Integrated Reporting Council”. *Integrated Reporting Framework*. <https://integratedreporting.ifrs.org/resource/international-ir-framework/>
- Khomka, V. M. et al. “Instrumenty identyfikatsii finansovykh ryzykiv na osnovi danykh upravlinskoho obliku” [Financial Risk Identification Tools Based on Management Accounting Data]. *Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Seriiia «Ekonomiczna»*, no. 40 (2024): 680–686.  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10441307>
- Kostyrko, R. O., Zaitseva, L. O., and Miklashevska, Ye. “Priorytety metodolohichnykh zasad upravlinskoho obliku v zabezpechenni staloho rozvytku pidpriemstv” [Priorities of Methodological Principles Management Accounting in Ensuring the Sustainable Development of Enterprises]. *Finansovokredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*, no. 2 (2021): 166–173.
- Nikiforenko, V. V. “Stratehichne planuvannia oblikovo analitychnoho zabezpechennia v konteksti pidvyshchennia vartosti pidpriemstva” [Strategic Planning of Accounting and Analytical Support in the Context of Increasing the Value of the Enterprise]. *Scientific achievements of contemporary society. Velykobrytaniia*, London, 2024. 361–365.
- Papinko, A. “Stvorennia informatsii pro biznes-protsesy IT-kompanii v upravlinskomu obliku” [Creating Information about Business Processes of IT-Company in Management Accounting]. *Visnyk ekonomiky*, no. 4 (2023): 150–170.  
DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.04.150>
- Pelz, W. “SWOT-Analyse: SWOT Analyse: Definition, Beispiele und Tipps”. <http://wpelz.de/ress/swot.pdf>
- Satusheva, K. V. “Formuvannia systemy stratehichnoho upravlinskoho obliku v upravlinni vartistiu pidpriemstva” [Formation of Strategic Management Accounting of Cost Management Group]. *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Seriiia «Ekonomiczni nauky»*. 2013. <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/e14623bb-5bf5-4a9a-8869-f42eee182d41/content>
- Zakharkina, L. S., Saltykova, H. V., and Novikov, V. M. “Teoretyko-metodolohichni zasady vartisno-orientovanoho pidkhodu do upravlinnia biznesom” [The Theoretical and Methodological Principles of the Value-Oriented Approach to Business Management]. *Biznes Inform*, no. 7 (2021): 169–177.  
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-7-169-177>