

**О. М. ДЗЮБА**

кандидат економічних наук, доцент,  
викладач кафедри економіки,  
Національний транспортний університет

**А. О. ФЕДЧЕНКО**

аспірантка кафедри економіки,  
Національний транспортний університет  
E-mail: anya.fedchenko.92@mail.ru

**ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ ЗВІТНОСТІ НА АВТОТРАНСПОРТНОМУ  
ПІДПРИЄМСТВІ ТА ЇЇ СТЕЙКХОЛДЕРИ**

Дзюба, О. М. Особливості ведення звітності на автотранспортному підприємстві та її стейкхолдери [Текст] / О. М. Дзюба, А. О. Федченко // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 2. – С. 50-57. – ISSN 2415-8453.

**Анотація**

*Розглянуто звітність як різносторонню категорію, визначено її сутність. Проаналізовано існуючі дефініції звітності та мету її формування. Окреслено інформаційні потреби окремих груп користувачів. Визначено залежність видів звітності від джерел інформації.*

**Ключові слова:** звітність; облік; стейкхолдери; стандарти фінансової звітності.

**O. M. DZIUBA**

PhD in Economics,  
Associate Professor,  
Lecturer,  
Department of Economics,  
National Transport University

**A. O. FEDCHENKO**

PhD Student,  
Department of Economics,  
National Transport University  
E-mail: anya.fedchenko.92@mail.ru

**THE SPECIFICS OF REPORTING AT THE MOTOR TRANSPORT ENTERPRISES  
AND ITS STAKEHOLDERS**

**Abstract**

*The reporting is considered as a wide-ranging category. Its essence is defined. The existing definitions of the reporting are analysed. The purpose of its formation is defined. The information needs of specific user groups are outlined. The dependence of types of reporting on the sources of information is determined.*

---

© О. М. Дзюба, А. О. Федченко, 2016

---

ISSN 2415-8453. Український журнал прикладної економіки. 2016 рік. Том 1. № 2.

---

**Keywords:** reporting; accounting; stakeholders; standards of financial reporting.

**JEL classification:** M14; M41

---

У часи нестабільної економічної ситуації в Україні та в несприятливих умовах для підприємницької діяльності достовірна, актуальна та корисна звітність може стати чи не єдиним засобом для привернення уваги потенційних інвесторів та залучення капіталу. Щоб досягти цієї мети, звітність підприємств повинна повністю задовольняти вимоги та потреби її стейкхолдерів.

Вихід України на міжнародні ринки та інтернаціоналізація економічних відносин зумовлює потребу стандартизації обліку і звітності як інформаційних засобів ділового спілкування та ефективного господарювання. Саме звітність надає необхідну інформацію про майновий та фінансовий стан суб'єкта господарювання, а також результати його виробничо-господарської діяльності за звітний період. Ця інформація передусім повинна бути корисною, тобто має задовольняти потреби користувачів, насамперед в ухваленні управлінських рішень.

Звітність є досить різносторонньою категорією, тому серед науковців існують суперечності щодо її сутності. Аналізуючи наведені в обліково-економічній літературі дефініції, слід зазначити, що більшість авторів при визначенні сутності терміну «звітність» використовують такі поняття, як система (сукупність) показників, відомостей, даних, форм, звітів, спосіб узагальнення, процес, форма спостереження та ін [4, с.46].

Вагомий внесок у розробку теоретичних, організаційно-методичних та методологічних положень щодо вдосконалення процесу складання фінансової звітності здійснили такі вчені, як: Білуха М. Т., Брадул О. М., Бутинець Ф. Ф., Крупка Я. Д., Кужельний М. В., Кузьмінський А. М., Кучеренко Т. В., Лінник В. Г., Лучко М. Р., Малюга Н. М., Мних Є. В., Нападовська Л. В., Остап'юк М. Я., Палій В. Ф. та ін..

Складання звітності є завершальним етапом облікового процесу підприємства, здійснюється на основі даних бухгалтерського обліку для того, щоб задовольнити інформаційні потреби різних зовнішніх та внутрішніх користувачів [2, с. 7].

Розвиток міжнародного співробітництва, інтеграція України у світову спільноту, залучення іноземних інвестицій в економіку України, вихід вітчизняних підприємств на міжнародні ринки капіталу зумовили необхідність значних структурних змін та реформування системи бухгалтерського обліку та звітності згідно з міжнародними стандартами.

Міжнародні стандарти фінансової звітності виступають ефективним інструментом підвищення прозорості та зрозумілості економічної інформації, на підставі якої зовнішні користувачі ухвалюють відносно підприємств економічні рішення.

В Україні основні правила та принципи складання та подання бухгалтерської звітності регламентуються безпосередньо Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV [8] та Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

Звітність – це система узагальнювальних взаємопов'язаних показників, які відображають стан і використання господарських засобів суб'єкта підприємницької діяльності, їх призначення, джерела формування, фінансові результати, напрями використання прибутку тощо. Метою звітності є визначення загальної вартості майна, вартості оборотних засобів, величини власних і залучених коштів підприємства та інше.

---

Іншими словами, під бухгалтерською звітністю потрібно розуміти систему узагальнення показників про господарську діяльність підприємств та організацій, що складається на підставі даних бухгалтерського обліку і підпорядкована потребам користувачів [2, с. 9].

Серед користувачів звітності транспортних підприємств можна назвати таких: власники, засновники господарського суб'єкта, кредитори, інвестори та інші особи, які відповідно до чинного законодавства мають право на отримання інформації, що міститься в бухгалтерській звітності.

Далі розглянемо інформаційні потреби окремих груп зовнішніх користувачів.

Зовнішні користувачі – це ті підприємства чи фізичні особи, які мають певні фінансові інтереси й зацікавлені в інформації про підприємство.

Засновники, учасники (інвестори) – це особи, які внесли свій капітал при створенні підприємства, вони стурбовані ризиком, притаманним інвестиціям і доходом від цих інвестицій; акціонери зацікавлені в інформації, що дозволяє їм оцінити спроможність підприємства сплачувати дивіденди. Орган, до сфери управління якого належить підприємство, потребує інформації про реалізацію головної мети створення підприємства і його місце серед інших аналогічних суб'єктів господарювання. Органи державного контролю і регулювання зацікавлені в інформації з метою визначення податкової політики та використання інформації як основи статистичних даних про національний дохід та формування макроекономічних показників. Банківські та кредитні установи потребують даних про фінансовий стан підприємства, ефективність діяльності для оцінки ризиків при наданні кредитів та впевненості в тому, що їх позики та відсотки з них будуть своєчасно і в повній сумі повернуті. Постачальники та інші кредитори хочуть знати, чи своєчасно та в повній сумі буде погашатися заборгованість. Клієнти виявляють інтерес до інформації щодо безперервності діяльності підприємства, особливо у випадках коли вони залежать від підприємства або мають довгострокові угоди з ним на отримання необхідних товарів чи послуг. Громадськість через показники звітності оцінює внесок підприємства у місцеву економіку, можливість забезпечення зайнятості населення тощо. Аудитори (зовнішні) потребують інформації для підтвердження її реальності та відповідності П(С)БО або МСФЗ. Конкуренти через інформацію зі звітності здійснюють пошук слабких ланок у діяльності підприємства з метою підриву його репутації на ринку товарів і послуг.

Внутрішні користувачі – це керівники, управлінський персонал і працівники підприємства. Керівники підприємства та інший управлінський персонал потребують інформації, щоб визначитися зі стратегією і тактикою бізнесу, головними напрямками розвитку підприємства, нівелюванням слабких та посиленням сильніших сторін у його діяльності та здійсненням ефективного контролю.

Працівники підприємства зацікавлені в інформації щодо стабільності та прибутковості підприємства, на яких вони працюють. Працівники хочуть оцінити здатність підприємства забезпечувати оплату праці, зайнятість на майбутнє та пенсію. Профспілки зацікавлені в інформації про дотримання роботодавцями законодавства про працю з метою захисту працівників [2, с. 11-12]

Нині існує більш сучасна теорія стейкхолдерів або теорія зацікавлених сторін (takeholder theory). Вона вивчає взаємовідносини підприємства з його стейкхолдерами.

Стейкхолдери (заінтересовані сторони, відповідно до нового стандарту із соціальної відповідальності ISO 26000) – це особа або група осіб, зацікавлених у будь-яких рішеннях або діяльності підприємства [9].

Взаємодія із зацікавлених сторонами – діяльність, здійснювана підприємством, щоб створити можливості для діалогу між компанією та однією або декількома

---

зацікавленими сторонами з метою надання інформаційної основи для рішень компанії [9].

По відношенню до підприємства розрізняють внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. Внутрішніми (відповідно до специфіки діяльності вітчизняних промислових підприємств, що переважно є акціонерними товариствами) є: власники підприємства, наглядова рада, правління (вищий менеджмент) і менеджери середнього та нижчого управлінських рівнів. Зовнішніми стейкхолдерами є постачальники, клієнти, партнери, фінансові установи, профспілки, держава, громадські організації тощо. Відповідно до іншої класифікаційної ознаки розрізняють первинних (найбільш зацікавлених осіб, що впливають на прийняття рішень і ринкову позицію підприємства) і вторинних (особи та групи, взаємний вплив яких безпосередньо або опосередковано залежить від діяльності та рішень підприємства) стейкхолдерів [11].

Процес розвитку підприємства передбачає ув'язування та узгодження інтересів чотирьох основних суб'єктів: власників, менеджерів, робітників і держави. Інтереси робітників – це забезпечення якості життя, підтримка фізіологічних і духовних потреб індивідуума згідно з прийнятими нормами та стандартами за рахунок стійкого розвитку підприємства. Інтерес менеджерів – стійкий розвиток підприємства (прибутковість діяльності та якісне поліпшення стану за рахунок зміни структури, складу та нагромадження капіталу). Інтерес власників – забезпечення високої прибутковості на акції та високий рівень їх котирування. Інтерес держави – забезпечення соціально-економічної безпеки держави шляхом піддержання високої стійкості розвитку підприємства та підвищення якості життя робітників [10].

Діалог зі стейкхолдерами означає залучення основних груп зацікавлених сторін до розвитку і впровадження політики компанії. Він розглядається як інструмент сприяння ефективній комунікації між компанією, урядом, громадськими організаціями, науковцями та іншими групами суспільства. Компанія повинна інтегрувати залучення стейкхолдерів до всіх релевантних політик і процесів задля побудови стратегії розвитку компанії (бачення, місії, цінностей) та операційного управління [9].

Діалог зі стейкхолдерами має два виміри, які нероздільні й часто використовуються альтернативно або разом. З одного боку, діалог – це спосіб комунікації зі специфічними правилами, навичками і техніками. З іншого боку, діалог – це процес, у якому дві або більше сторін намагаються побудувати тривалі стосунки, засновані на взаємній довірі.

Існує безліч можливостей, які отримує компанія від проведення діалогу зі стейкхолдерами, а саме [9]:

- побудова нових ефективних партнерств із метою об'єднання ресурсів (знань, людей, грошей, технологій) задля вирішення проблем і досягнення цілей, які не можуть бути досягнуті однією компанією;
- краще управління ризиками та репутацією підприємства;
- поліпшення продуктів і послуг, які відповідають очікуванням зацікавлених сторін, насамперед – споживачів;
- покращення процесів прийняття рішень;
- сприяння розвитку довірчих і прозорих відносин із зацікавленими сторонами, що впливає на репутацію та прибутки підприємства.

Ключовими положеннями теорії стейкхолдерів є:

- підприємство має відношення з великою кількістю стейкхолдерів, що складають його оточення, які впливають або на яких можуть вплинути рішення підприємства, що приймаються керівництвом;

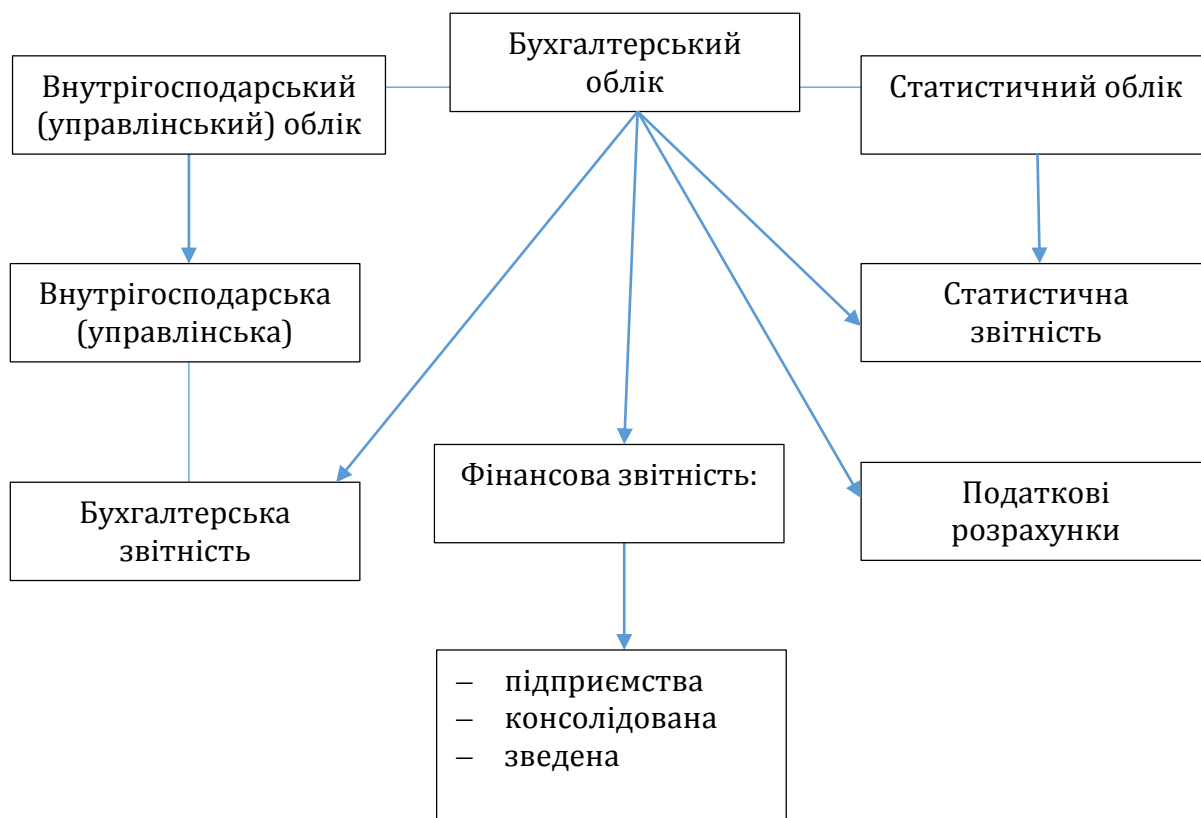
- теорія займається природою цих відносин: процесами і результатами, які їх супроводжують;
- інтереси всіх стейкхолдерів потенційно мають право бути взяті до уваги і, якщо можливо, – задоволені [9].

Під час користування цією теорією дуже зручно створювати карту стейкхолдерів, у якій можна прописувати групи стейкхолдерів та їхні інтереси. Завдяки їй можна провести аналіз ступенів впливу на інтереси кожної з них.

Однією із форм комунікації підприємства і його стейкхолдерів є офіційна звітність, складена відповідно до стандартів. Таким чином, достовірна, повна і уніфікована звітність дозволяє максимально швидко і з мінімальними витратами надавати необхідну зацікавленим сторонам інформацію та отримувати зворотній зв'язок.

На сьогодні одною з основних проблем звітності є не надання стейкхолдерам потрібної інформації про фінансовий стан підприємства. Тому при застосуванні теорії стейкхолдерів можна заповнити цей «розрив», визначивши потреби її користувачів та намагатись задовольнити їх у повному обсязі.

При складенні звітності дуже важливим є вчасне надання достовірної інформації. Залежність видів звітності від джерел інформації наведено нижче на рис.1, який показує, що головним джерелом інформації виступає бухгалтерський облік, який є основою для формування фінансової, податкової, статистичної, бухгалтерської та внутрішньогосподарської звітності.



**Рис. 1. Залежність видів звітності від джерел інформації [5, с. 27]**

Звітність підприємства класифікується на такі види:

1. Фінансова звітність – передбачає узагальнення даних бухгалтерського обліку на звітну дату. Складається з Балансу (Ф № 1), Звіту про фінансові результати (Ф № 2),

---

Звіту про рух грошових коштів (Ф № 3), Звіту про власний капітал (Ф № 4), Приміток до фінансової звітності (Ф № 5).

2. Податкова звітність – звітність підприємства по основних податках та обов'язкових платежах до бюджету і позабюджетних фондів. Звітні дані ґрунтуються на даних бухгалтерського обліку з відповідним коригуванням в межах податкового законодавства.

3. Звітність по страхових внесках до органів соціального страхування.

4. Статистична звітність – звітність підприємства в органи державної статистики, показники визнаються як у грошових, так і натуральних одиницях.

5. Спеціальна звітність подається з окремих питань за рішенням уряду по певних показниках діяльності підприємства (наприклад, перевищення фонду оплати праці для підприємств-монополістів та ін.) [6, с.8]

Звітність формується на основі фінансового обліку. Надання необхідної інформації в потрібному об'ємі та у відповідні терміни є запорукою складення достовірної звітності. Тому далі розглянемо основні функції фінансового обліку.

Функції фінансового обліку:

- суцільне, повне й безперервне відображення всіх господарських операцій за звітний період;
- складання встановленої фінансової (бухгалтерської) звітності;
- надання необхідної та достовірної інформації користувачам.

Управлінський облік – це сукупність методів і процедур, які забезпечують підготовку й надання інформації для планування, контролю та прийняття рішень на різних рівнях управління підприємством. Синонім управлінського обліку – внутрішній облік, внутрішньогосподарський облік, виробничий облік.

Управлінський облік – це внутрішній облік, який ведеться для задоволення потреб в інформації керівників усього підприємства та його структурних підрозділів.

Усі три види господарського обліку тісно пов'язані між собою й доповнюють один одного.

Обов'язковими вимогами до внутрішнього обліку та звітності підприємства виступають достовірність і актуальність. Але не менш суттєвими є нерегламентована важливість і корисність її для всіх стейкхолдерів, незалежно від виду діяльності підприємства.

### **Висновки та перспективи подальших розвідок**

Підприємство має дотримуватись правил ведення всіх видів звітності, що прописані в положеннях, інструкціях, указівках, що розроблені та затверджені державними органами. Потрібно, щоб звітність була достовірною, актуальною та корисною для всіх користувачів.

Існує велика кількість видів звітності, підприємство має адаптувати її до потреб свої стейкхолдерів, за умови спрямування на розвиток та нарощення попиту на свої послуги.

Ведення обліку автотранспортного підприємства має низку особливостей. Синтетичний та аналітичний облік на самому підприємстві є дуже суворим. Керівництво підприємства має постійно слідкувати за технічним станом автомобілів, при потребі замінити окремі вузли, деталі, проводити ремонтні роботи та профілактичні огляди.

Для виходу підприємств на міжнародний ринок вони мають дотримуватись правил ведення звітності не лише за вітчизняними, а й за Міжнародними стандартами фінансової звітності, адаптувати звітність до потреб іноземних інвесторів.

---

## Список літератури

1. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Звітність підприємства» (для студентів 5 курсу заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня «спеціаліст», спеціальності 7.050106 (7.03050901) «Облік і аудит» і слухачів другої вищої освіти) / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва; уклад.: А. П. Косяк. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 51 с.
2. Звітність підприємства: навчальний посібник / Е. С. Гейєр, О. М. Головащенко, О. А. Наумчук, Л. І. Тимчина. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2014. – 435 с
3. Конспект лекцій з навчальної дисципліни "Економіка транспорту" (для студентів 5 курсу денної та заочної форм навчання спеціальності 7.07010102, 8.07010102 - «Організація перевезень і управління на транспорті (за видами транспорту)»; 7.07010101, 8.07010101 - «Транспортні системи (за видами транспорту)») / Д. О. Пруненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва.- Х.: ХНАМГ, 2012. – 117 с.
4. Фінансові звіти кредитних спілок та особливості їх аналізу / О. О Гончаренко, І. О. Дземішкевич, – Фінансовий простір, – № 1 (13) 2014
5. Звітність підприємства [текст] : підручник. / [М. І. Бондар, Ю. А. Верига, З-42 М. М. Орищенко та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 570 с.
6. Левицька С. О. Звітність підприємств: навч. посібник / С. О. Левицька. – Рівне: НУВГП, 2008. –
7. Петров, М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М. А. Петров // Вестник СПбГУ. Сер.8. 2004. Вып. 2. (№ 16) – С. 51-68.
8. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>.
9. Саприкіна, М. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям / М. Саприкіна, Д. Каба. – К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011 – 475 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://issuu.com/csrcentre/docs/stakeholders/19>
10. Пономаренко, В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 328 с.
11. Зуб, А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А. Т. Зуб, М. В. Лактионов. – М. : Генезис, 2001. – 752 с.

## References

1. *Metodychni vказivky do provedennya praktychnykh zanyat' z dystsypliny «Zvitnist' pidpryyemstva» (dlya studentiv 5 kursu zaочноyi formy navchannya osvithno-kvalifikatsiynoho rivnya «spetsialist», spetsial'nosti 7.050106 (7.03050901) «Oblik i audyt» i slukhachiv druhoyi vyshchoyi osvity).* (2010). Kharkiv: KhNAMH.
2. Heyyer, E. S., Holovashchenko, O. M., Naumchuk, O. A., Tymchyna, L. I. (2014). *Zvitnist' pidpryyemstva*. Donets'k: DonNUET.
3. Prunenکو, D. O. (2012). *Konspekt lektsiy z navchal'noyi dystsypliny "Ekonomika transportu"*. Kharkiv: KhNAMH.
4. Honcharenko, O. O, Dzemishkevych, I. O. (2014). *Finansovi zvity kredytnykh spilok ta osoblyvosti yikh analizu. Finansovyyu prostir*, 1.
5. Bondar, M. I., Veryha, Yu. A. (2015). *Zvitnist' pidpryyemstva*. Kyiv : Tsentr uchbovoyi literatury.
6. Levyts'ka S. O. (2008). *Zvitnist' pidpryyemstv*. Rivne: NUVHP.
7. Petrov, M. A. *Teoriya zainteresovannykh storon: puti prakticheskoho primeneniya. Vestnyk SPbHU*, 2(16), 51-68.

- 
8. *Pro bukhhalters'kyi oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini.* (1999). Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>.
  9. Saprykina, M. & Kaba, D. (2011). *Dialoh zi steykholderamy: rekomendatsiyi kompaniyam.* Kyiv : Farbovany lyst. Retrieved from: <https://issuu.com/csrcentre/docs/stakeholders/19>
  10. Ponomarenko, V. S. Trydid, O. M., Kyzym, M. O. (2003). *Stratehiya rozvytku pidpryyemstva v umovakh kryzy.* Kharkiv: INZhEK.
  11. Zub, A. T. & Laktyonov, M. V. (2001). *Systemnyy stratehicheskiy menedzhment: metodolohiya i praktika.* Moscow: Henezys.

**Стаття надійшла до редакції 31.05.2016 р.**