

Брайляк Оксана Василівна, *магістр 1 курсу,*
Заяць Марта Яремівна, *к.е.н.,*
викладач кафедри обліку та фінансів,

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ КОРИСТУВАЧІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Як зазначено в НП(С)БО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності” від 07.02.2013 року [1], користувачами звітності – є фізичні та юридичні особи, яким необхідна інформація про діяльність підприємства для прийняття рішень. Класифікація груп користувачів фінансової звітності різними вченими визначається по-різному.

Так, Б. Нідлз розподіляє користувачів фінансової звітності на три групи: 1) ті, які керують підприємством (адміністрація); 2) ті, що знаходяться за межами підприємства і мають прямий фінансовий інтерес у ньому (фактичні та потенційні інвестори, кредитори); 3) користувачі, які проявляють непрямий фінансовий інтерес до підприємства (податкові, регулюючі, державні органи, трудові колективи та суспільство) [2, с. 17].

Є.С. Хендріксен та М.Ф. Ван Бреда [3, с. 88] зазначають, що варіація інформаційних потреб користувачів обумовлює необхідність складання для різних користувачів різні форми звітності, або розширювати об’єм інформації в одному звіті, який розрахований на всіх користувачів, більша частина яких може не цікавитися значною частиною показників.

Таким чином на основі досліджень можна зробити висновок, що до числа груп користувачів, які задовольняють свої інформаційні потреби на основі даних фінансової звітності, належать інвестори, акціонери, працівники, позикодавці, постачальники, кредитори, клієнти, замовники, державні органи, громадськість тощо. Вони використовують фінансову звітність для задоволення інформаційних потреб, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1.

Користувачі фінансової звітності та їх інформаційні потреби

№	Групи	Інформаційні потреби користувачів	Звітність
<i>A</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Г</i>
1	Інвестори	У зв’язку з існуванням ризику, пов’язаного з інвестиціями та доходами на них, необхідною є інформація, яка допоможе визначити доцільність придбання, утримання або реалізації акцій (частки у капіталі), та оцінити здатність підприємства виплачувати дивіденди (розподіл чистого прибутку).	Фінансова, (в окремих випадках управлінська)
2	Акціонери		
3	Працівники	Зацікавлені в інформації, що характеризує стабільність та прибутковість підприємства і допомагає оцінити здатність підприємства забезпечити збереження робочих місць, оплату праці та пенсійне забезпечення тощо.	Фінансова

А	Б	В	Г
4	Адміністрація (менеджмент)	Формування інформаційного забезпечення, що визначає можливість приймати оперативні, тактичні та стратегічні управлінські рішення.	Внутрішня (управлінська), бюджетування
5	Економічний аналіз	Як користувач фінансової звітності, визначає свої вимоги до форм та методів розкриття обліково-економічних даних, дотримання яких дозволяє застосувати аналітичні процедури та сформуванню ефективного додаткового інформаційного забезпечення користувачів для прийняття рішень.	Бухгалтерська
6	Позикодавці (у т. ч. банки)	Зацікавлені в отриманні інформації, яка дозволяє їм оцінити можливості і своєчасність повернення наданих позик та отримання нарахованих відсотків.	Фінансова
7	Клієнти, замовники	Зацікавлені в інформації, що характеризує можливості підприємства щодо поставки готової продукції чи товарів та виконання робіт і послуг, особливо при наявності довгострокових контрактів.	Фінансова
8	Постачальники, кредитори	Потребують інформації, яка дає змогу визначити своєчасність виконання зобов'язань перед ними.	Фінансова
9	Державні органи	Потребують інформаційного забезпечення, що характеризує ефективність розподілу ресурсів з метою регулювання діяльності підприємств, визначення типу податкової політики, розміру національного доходу та здійснення макроекономічних розрахунків тощо.	Податкова, статистична, частково фінансова
10	Громадськість	Цікавить інформація, яка дає змогу оцінити переважно соціальні аспекти діяльності підприємства (вплив на благополуччя країни), а саме зайнятість населення, підтримку постачальників та покупців, захист навколишнього середовища тощо.	Фінансова, соціальна

У результаті проведеного аналізу груп користувачів фінансової звітності та систематизації джерел забезпечення їх інформаційних потреб, досліджено, що фінансова звітність складає основу інформаційного забезпечення зовнішніх користувачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджено Міністерством фінансів

України від 07.02.2013 року № 73 із змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>

2. *Нидлз Б. Принципи бухгалтерського учета. / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл: [пер. с англ] / Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 496с.*
3. *Хендриксен Э.С., Ван Бреда В.М. Теория бухгалтерського учета: [пер. с англ.] / под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 576с.*

Владика Степан Андрійович, магістр 1 курсу
Баран Ростислав Ярославович, к.е.н., доцент,
доцент кафедри гуманітарних та
фундаментальних дисциплін,

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПЛАТІЖНИХ КАРТ

На сучасному етапі розвитку все більше зростає залежність економік різних країн одна від одної друга. Процес зрощення економік в свою чергу сприяє розвитку безготівкових форм розрахунків, одним з інструментів такого розрахунку є платіжна карта. Взаєморозрахунки за їх допомогою знижують витрати у порівнянні з готівковими коштами, дають можливість швидкої оборотності коштів, забезпечують прозорість розрахунків. У багатьох розвинених країнах світу безготівковий розрахунок за товари або послуги є звичайним видом платежу. Обсяг таких операцій великий і визначає рівень інтеграції суспільства і банківської системи.

Власники карт мають такі переваги як зручна форма оплати покупок, отримання знижок і бонусів, покупка авіаквитків і та інших квитків через Інтернет, в поїздах по інших країнах це простий спосіб обміну валюти, прозорість при вступі і витратах коштів.

Даний вид платежу отримав популярність серед мешканців міст, але зовсім інша ситуація спостерігається в регіонах, де карти є в основному інструментом для отримання заробітної плати. Розглянемо необхідні умови для розвитку ринку пластикових карт:

1. Заміщення «зарплатних» карток, платіжними.

Найбільша кількість карт в Україні – «зарплатні», банки поширюють їх в великих обсягах, забезпечуючи всіх працівників кожного окремого підприємства. При цьому процес виплати заробітної плати спрощується, одночасно знижуються витрати на доставку, зберігання, перерахунок і видачі готівки, зменшується зайнятість бухгалтерії. Для працівника - це отримання грошей без витрати часу, гарантія конфіденційності [1]. Але реальні гроші населення досі сприймає тільки в готівковій формі, а для розвитку ринку пластикових карт необхідною є зацікавленість населення не просто переводити гроші в готівку через банкомати, а й користуватися картою як платіжною.

2. Розвиток інфраструктури еквайрингової мережі.

На даний момент часу прийом у оплаті платіжних карт в якості засобу оплати товару, робіт, послуг поширений в основному у містах, де є можливість встановити на підприємствах торгівлі (послуг) платіжні термінали або імпринтери. Але недостатня кількість таких пристроїв не дозволяє використовувати картку у всіх ситуаціях. Для користувачів дебетової карти через недоступність використання коштів на рахунок створюють незручності. У випадку якщо карта кредитна, це призводить до нечастих