

Кириллов Олександр Олегович,
д-р філософії (PhD),
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОГРАФІКИ ПРИ СКЛАДАННІ КОРПОРАТИВНОЇ ЗВІТНОСТІ

Традиційні форми звітності, попри їхню нормативну обґрунтованість, часто виявляються складними для швидкого сприйняття користувачами, зокрема управлінцями, інвесторами, аналітиками, які потребують оперативного доступу до ключових економічних даних. У цьому контексті інфографіка виступає інструментом, здатним забезпечити поєднання якісного змісту з візуальною формою подання, а це дозволяє значно підвищує ефективність розуміння облікової інформації. Інтеграція інфографіки у процес складання корпоративної звітності зумовлена сучасними тенденціями діджиталізації бізнесу, підвищенням вимог до прозорості облікової інформації та зростаючою потребою у візуально доступному поданні складних аналітичних показників.

Інфографічні елементи, зокрема діаграми, дашборди, схеми потоків ресурсів та структурні візуалізації, дозволяють зменшити когнітивне навантаження при аналізі великих масивів облікових даних, забезпечуючи цілісне бачення фінансово-господарської ситуації в межах конкретного суб'єкта господарювання. Такий підхід особливо актуальний в умовах багатовекторної управлінської діяльності, коли необхідно швидко адаптувати звітність під потреби різних груп користувачів, не порушуючи її змістової достовірності. Використання інфографіки також корелює з принципами прозорості, релевантності та зрозумілості звітності, закладеними в міжнародних стандартах фінансової звітності.

Важливість візуальної оптимізації корпоративної звітності підтверджується і в різних наукових працях вітчизняних та іноземних вчених. Зокрема, як зазначає Мацків О. І., оптимально сформована управлінська інформація дає можливість не лише чітко визначити пріоритети в діяльності суб'єктів економічної діяльності, а й забезпечує підґрунтя для планування подальших дій, оцінювання нових можливостей, а також впровадження ефективних методів контролю за реалізацією прийнятих управлінських рішень. Відтак, візуалізація інформації у формі інфографіки виступає не лише технічним прийомом, а стратегічним інструментом формування змістовного управлінського середовища [1]. При цьому С. Коен, Ф. Россі, Х. Мамаку та І. Бруска вважають, що інформація, подана у вигляді інфографіки, є більш зрозумілою, ніж та, що представлена у традиційних фінансових звітах. Знання з бухгалтерського обліку та фінансової звітності не впливають на рівень ефективності розуміння облікової інформації, коли формат подання – інфографіка [3]. Відтак, візуалізація інформації у формі інфографіки виступає не лише технічним прийомом, а

стратегічним інструментом формування змістовного управлінського середовища.

Інформаційна графіка, інфографіка (information graphics, infographics) є сучасним інструментом візуального подання інформації, даних або знань різного спрямування з метою її сприйняття, осмислення та інтерпретації з боку користувачів. Вона дозволяє поєднати візуальні елементи з аналітичним змістом, забезпечуючи більш ефективну комунікацію складних даних. На відміну від традиційного табличного чи суто текстового подання, інфографіка передає зміст через ілюстративні компоненти: діаграми, піктограми, іконки, кольорові маркери, схеми, хронологічні шкали, картограми тощо, що дозволяє миттєво ідентифікувати ключові акценти інформаційного повідомлення.

Зміст інфографіки формується з урахуванням як інформаційного навантаження, так і потреб цільової аудиторії. Вона охоплює як кількісні показники (наприклад, обсяги продажів, прибуток, рівень витрат, динаміку змін), так і якісні аспекти – структуру власності, етапи стратегічного планування, організаційні процеси тощо. Особливістю інфографіки є її здатність відображати причинно-наслідкові зв'язки, тренди, порівняння та взаємозв'язки між об'єктами обліку в доступній та компактній формі. Це особливо важливо в умовах інформаційного перевантаження, коли користувачі корпоративної звітності потребують швидкого орієнтування в масиві даних та фокусування уваги на ключових показниках.

Інфографіка, як інструмент візуалізації даних, має чітку структуру, що забезпечує її ефективність у комунікації складної інформації. Усі інфографіки ґрунтуються на трьох ключових складових: візуальній, змістовій та інформаційній частинах, кожна з яких виконує важливу функцію у процесі формування завершеного інформаційного продукту [5].

Візуальна частина включає графічні елементи та кольорову гаму, які створюють перше враження та сприяють сприйняттю даних. Залежно від функціонального призначення, графіка може бути двох типів: тематична, що безпосередньо ілюструє основні ідеї або концепції, та референтна – умовні позначення, найчастіше у формі іконок, які допомагають орієнтуватися в інформаційному просторі. Змістова частина інфографіки охоплює ключові факти, статистику та пояснення, які формують інформаційне наповнення. Важливим є не лише об'єктивність і достовірність інформації, а й її релевантність до поставленої цілі комунікації. Інформаційна частина передбачає формулювання основного висновку або інсайту – узагальнення, яке витікає з поданих даних і слугує орієнтиром для подальших дій, аналізу чи прийняття управлінських рішень. Саме ця частина надає інфографіці практичного змісту, перетворюючи її з візуального оформлення на аналітичний інструмент.

У структурному вимірі інфографіка базується на логічно впорядкованій подачі інформації: від загального до конкретного, від постановки проблеми – до висновків, або навпаки – через деталізацію до узагальнення. Така послідовність дозволяє сформувати цілісний наратив, що розкриває зміст облікової інформації не фрагментарно, а як зв'язану систему.

Ефективна інфографіка базується на принципах візуальної ієрархії, гармонійного поєднання кольорів, балансу між текстовими та графічними компонентами, а також композиційної завершеності. Завдяки цьому інфографіка трансформується на потужний засіб презентації корпоративної звітності, що поєднує в собі точність даних, гнучкість формату та інформативну насиченість [6].

Інфографіка дозволяє гнучко адаптувати зміст звітності до потреб різних цільових груп – від топ-менеджменту до зовнішніх інвесторів чи контролюючих органів, формуючи індивідуалізовані візуальні формати представлення. Зміщення акценту з формального відображення даних на їхнє змістовне та аналітичне подання відкриває нові підходи до побудови корпоративної звітності як інструменту стратегічного управління. У результаті застосування інфографіки забезпечується швидка ідентифікація ключових фінансових показників, виявлення трендів, а також акцентування уваги на відхиленнях або «вузьких місцях», що потребують оперативного управлінського реагування.

Активне впровадження інфографіки у практику складання корпоративної звітності зумовлена не лише потребами сучасного інформаційного середовища, а й прагненням підвищити рівень розуміння, прозорості та довіри до облікової інформації. Цей підхід варто розглядати як важливий вектор розвитку звітності майбутнього, що поєднує достовірність даних з їхньою комунікаційною ефективністю, трансформуючи звітність із технічного документу в інтерактивний інструмент аналітики та управління.

Список використаних джерел:

1. Мацків О. І. Інформаційні технології бухгалтерського обліку в умовах діджиталізації. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. С. 67-75. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-11-12-312-313-67-75>
2. Bracci E., Tallaki M., Castellini M. *Learning preferences in accounting education: a focus on the role of visualization*. *Meditari Accountancy Research*. 2019. Vol. 28, No. 2. P. 391-412.
3. Cohen S., Rossi F. M., Mamakou X., Brusca I. *Financial accounting information presented with infographics: does it improve financial reporting understandability?* *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*. 2022. Vol. 34, No. 6. P. 263-295. DOI: <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-11-2021-0163>
4. Dilla W., Janvrin D. J., Raschke R. *Interactive data visualization: new directions for accounting information systems research*. *Journal of Information Systems*. 2010. Vol. 24, No. 2. P. 1-37.
5. Harris R. L. *Information Graphics: A Comprehensive Illustrated Reference*. New York: Oxford University Press. 2020. 202 p.
6. Kanbaty M., Hellmann A., He L. *Infographics in corporate sustainability reports: providing useful information or used for impression management?* *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. 2020. Vol. 26, P. 100-113
7. Toth C. *Revisiting a genre: teaching infographics in business and professional communication courses*. *Business Communication Quarterly*. 2013. Vol. 76, No. 4. P. 446-457.
8. *Information is beautiful*. URL: www.informationisbeautiful.net