



DOI: [https://doi.org/10.58253/2078-1628-2025-1\(33\)-016](https://doi.org/10.58253/2078-1628-2025-1(33)-016)

УДК 005.922:658.15:005.57
JEL G32, D83, M21, M41

Олег Володимирович ЗАХАРЧЕНКО

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри фінансів,
Приватний заклад вищої освіти
«Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»,
м. Черкаси, Україна
 <https://orcid.org/0000-0001-8198-6569>
robin_a@ukr.net

Світлана Вікторівна КУПРІКОВА

кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри теорії і практики перекладу та іноземних мов,
Приватний вищий навчальний заклад
«Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова»,
Черкаси, Україна
 <http://orcid.org/0000-0002-5877-248X>
ksv750704@gmail.com

ФІНАНСОВА АНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗМІСТОВНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В КОРПОРАТИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

***Анотація.** У статті досліджено трансформацію фінансової аналітики з класичної інструментальної функції у стратегічний засіб змістовної ділової комунікації в межах корпоративного середовища. Обґрунтовано, що в умовах зростаючої ролі прозорості, цифровізації та багатовекторного діалогу з учасниками бізнес-процесів, фінансова аналітика набуває нового статусу – комунікативного. Така аналітика не лише забезпечує збір і обробку фінансових даних, а й перетворюється на платформу для передачі ключових управлінських квінтесенцій, ризик-орієнтованих сигналів, стратегічних прогнозів і соціально відповідальної інформації.*

Метою статті є обґрунтування концептуального підходу до фінансової аналітики як інструменту змістовної ділової комунікації у корпоративному середовищі, визначення ключових принципів, інструментів та умов, за яких аналітична інформація забезпечує ефективну взаємодію між суб'єктами управління. Авторами виокремлено ключові функції фінансової аналітики у комунікативному контексті: інформаційно-комунікаційну, інтерпретативну,



прогностичну, регуляторно-звітну, інтеграційну та функцію зворотного зв'язку. У статті представлено авторську модель передачі аналітичної інформації як багаторівневої взаємодії між джерелом даних, аналітичною обробкою, форматом комунікації, цільовим споживачем та механізмом зворотного зв'язку. Така модель забезпечує перетворення аналітичних результатів із суто технічного продукту в стратегічну мову бізнесу, що підвищує ефективність прийняття рішень і зміцнює довіру до компанії.

Методи. Дослідження трансформації фінансової аналітики у змістовну ділову комунікацію здійснювалося з урахуванням теоретичних положень функціонального підходу, системного аналізу, комунікативної економіки, а також методів інтерпретативного фінансового аналізу.

Результати. Виокремлено етапи та складові процесу які дозволили побудувати концептуальну модель перетворення аналітичної інформації в інструмент комунікації.

Ключові слова: *фінансова аналітика, ділова комунікація, корпоративне управління, фінансовий наратив, стратегічна комунікація.*

Постановка проблеми. Фінансова аналітика, яка традиційно розглядається як інструмент оцінки ефективності діяльності, дедалі частіше використовується – як інструмент комунікації між різними учасниками бізнесу – власниками, топменеджерами, інвесторами, аудиторамі, банками, співробітниками. Використовуючи фінансову аналітику, компанії можуть отримати цінну інформацію щодо фінансових показників та одержати доступ до інформації на основі даних, з метою прийняття обґрунтованих рішень. Однією з найпоширеніших проблем, з якими стикаються під час використання фінансової аналітики, є точність даних. На практиці, здебільшого спостерігаються проблеми нерозуміння або спотвореного тлумачення фінансових даних, що призводить до помилкових рішень, втрати довіри та зниження ефективності управління. Точність фінансової інформації є важливою для її корисності; однак, помилки у введенні даних або неправильні припущення можуть призвести до помилкових результатів. Відтак, постає питання щодо визначення ролі фінансової аналітики як інструменту змістовної ділової комунікації, визначення умов її ефективного застосування та механізмів подолання інформаційної асиметрії у бізнесі. Саме інтеграція фінансової аналітики у процеси ділового спілкування забезпечує прозорість, підвищує якість управлінських рішень та сприяє формуванню ефективної корпоративної культури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Упродовж останніх років у науковому дискурсі зросла увага до питань комунікаційної ролі фінансової аналітики в корпоративному середовищі. Особливе значення дослідники надають змістовності, релевантності та достовірності аналітичної інформації як

основи ефективної взаємодії між суб'єктами корпоративного управління, інвесторами, аудитором, а також іншими зацікавленими сторонами.

Основу досліджень науковців становить саме інтерпретація фінансової звітності у комунікаційну складову бізнесу. Так, Фюльб'є Р. та Селлхорн Т. досліджували фінансову звітність як «мову бізнесу», яка транслює економічну інформацію зовнішнім та внутрішнім стейкхолдерам [1]. Разом з тим, інтегроване звітування дозволяє поєднати фінансову аналітику з соціально відповідальними повідомленнями, формуючи єдиний наратив для бізнесу [2].

Добровольська О., Кравченко М. та Даніленко О. зазначають, що «у процесі прийняття якісних управлінських рішень менеджерами підприємств водночас якісно трансформується роль та значення фінансової звітності цих підприємств» [3]. Алшехі А., Нобані Х. та Кхаре Н. встановили статистично підтверджений зв'язок між прозорістю комунікації та фінансовою результативністю компанії [4].

Разом з тим, роль фінансової аналітики у прийнятті бізнес-рішень на основі комунікаційної стратегії досліджували Редді К., Кумар К., Сайладжа В. [5], Ткаченко В., Дзядик Х. [6], Кіт К., Стен А. [7] та інші науковці. Супруненко С., Чорновол А. та Гаврилюк В. констатували, що аналітика даних допомагає ідентифікувати потенційні ризики та забезпечує точність показників та швидкість складання фінансової звітності, що є критичним у цифровій епосі [8]. Тоді, як Марліс В. вказував на роль аналітиків у комунікаціях компанії, а саме їх посередництво між компанією та інвесторами, адаптацію складної фінансової інформації до зрозумілих меседжів [9].

Попри наявність наукових праць у сфері фінансової аналітики та корпоративних комунікацій, недостатньо досліджено питання перетворення фінансової аналітики на змістовну комунікацію та фактори впливу на ефективність передачі фінансової інформації.

Формулювання мети статті. Метою статті є обґрунтування концептуального підходу до фінансової аналітики як інструмента змістовної ділової комунікації у корпоративному середовищі, визначення ключових принципів, інструментів та умов, за яких аналітична інформація забезпечує ефективну взаємодію між суб'єктами управління.

Методи і методологія здійснення дослідження. Дослідження трансформації фінансової аналітики у змістовну ділову комунікацію здійснювалося з урахуванням теоретичних положень функціонального підходу, системного аналізу, комунікативної економіки, а також методів інтерпретативного фінансового аналізу. Методологія дослідження базується на поєднанні кількісних і якісних методів, що дозволило не лише з'ясувати глибинну природу комунікативної функції фінансової аналітики, але й сформулювати практичні моделі її ефективного використання в корпоративному управлінні. Так, узагальнення наукових підходів до фінансової аналітики,



структури комунікацій та інформаційних потоків у корпоративному середовищі здійснено за допомогою аналізу та синтезу. Метод структурно-логічного аналізу застосовано з метою виявлення етапів і складових процесу трансформації фінансової аналітики в комунікаційний інструмент. Методи абстрагування та ідеалізації використано під час побудови концептуальної моделі перетворення аналітичної інформації в інструмент комунікації.

Виклад основного матеріалу й отриманих наукових результатів.

Трансформація бізнесу та технологічний прогрес – від великих даних до програмного забезпечення для аналізу клієнтів та сховищ даних – сприяли переходу компаній до використання фінансової аналітики. Варто зазначити, що за своїм змістом фінансова аналітика – це процес аналізу фінансових даних для отримання уявлення про ефективність організації та прийняття обґрунтованих рішень [10]. Цей тип аналізу включає збір, упорядкування та інтерпретацію великих обсягів фінансових даних із внутрішніх джерел, таких як бухгалтерські записи, а також із зовнішніх джерел, таких як дослідження ринку або відгуки клієнтів. Разом з тим, «фінансова аналітика – це здійснення спеціального аналізу для відповіді на конкретні бізнес-питання та прогнозування можливих майбутніх фінансових сценаріїв» [11]. Мета фінансової аналітики полягає у формуванні бізнес-стратегії за допомогою достовірних, фактичних даних, а не інтуїції. Проте, фінансова аналітика – це процес, який оцінює поточну та майбутню життєздатність, прибутковість та стабільність бізнесу, щоб визначити загальний стан та ефективність бізнесу, використовуючи інформацію, отриману з його операційної діяльності та історичної фінансової звітності [12]. Також фінансова аналітика використовує візуальні елементи, отримані за допомогою бізнес-моделей для таких елементів, як продажі та прибутковість [13].

Досліджуючи фінансову та іншу відповідну інформацію, фінансова аналітика пропонує різні погляди на минулі, теперішні та майбутні показники діяльності компаній. Вона підтримує прийняття фінансових рішень у компанії чи організації за допомогою аналізу даних. Її можна класифікувати на чотири основні типи, адаптовані для допомоги фахівцям у досягненні конкретних фінансових цілей (рис. 1).

Компанії, зазвичай, використовують описову аналітику для аналізу історичних даних, щоб зрозуміти минулі фінансові показники. Використання діагностичної аналітики допомагає з'ясувати, чому щось сталося. Прогнозна аналітика стосується майбутніх можливостей, заснованих на результатах історичних даних. Статистичне моделювання та розрахунки ймовірностей знаходять закономірності та тенденції й передбачають, чи вони повторяться. Найскладніший тип фінансової аналітики – прескриптивна. Вона допомагає вживати дієві заходи задля досягнення фінансових цілей.

У сучасному корпоративному середовищі фінансова аналітика вже не обмежується суто інструментальними або діагностичними функціями. Вона

трансформується в комунікаційний інструмент, спрямований на забезпечення інформаційної прозорості, управлінської обґрунтованості рішень і взаємодії між зацікавленими сторонами. Такий зсув фокусу з аналітики як функції – до аналітики, як мови комунікації – вимагає концептуального перегляду її місця у корпоративному управлінні.

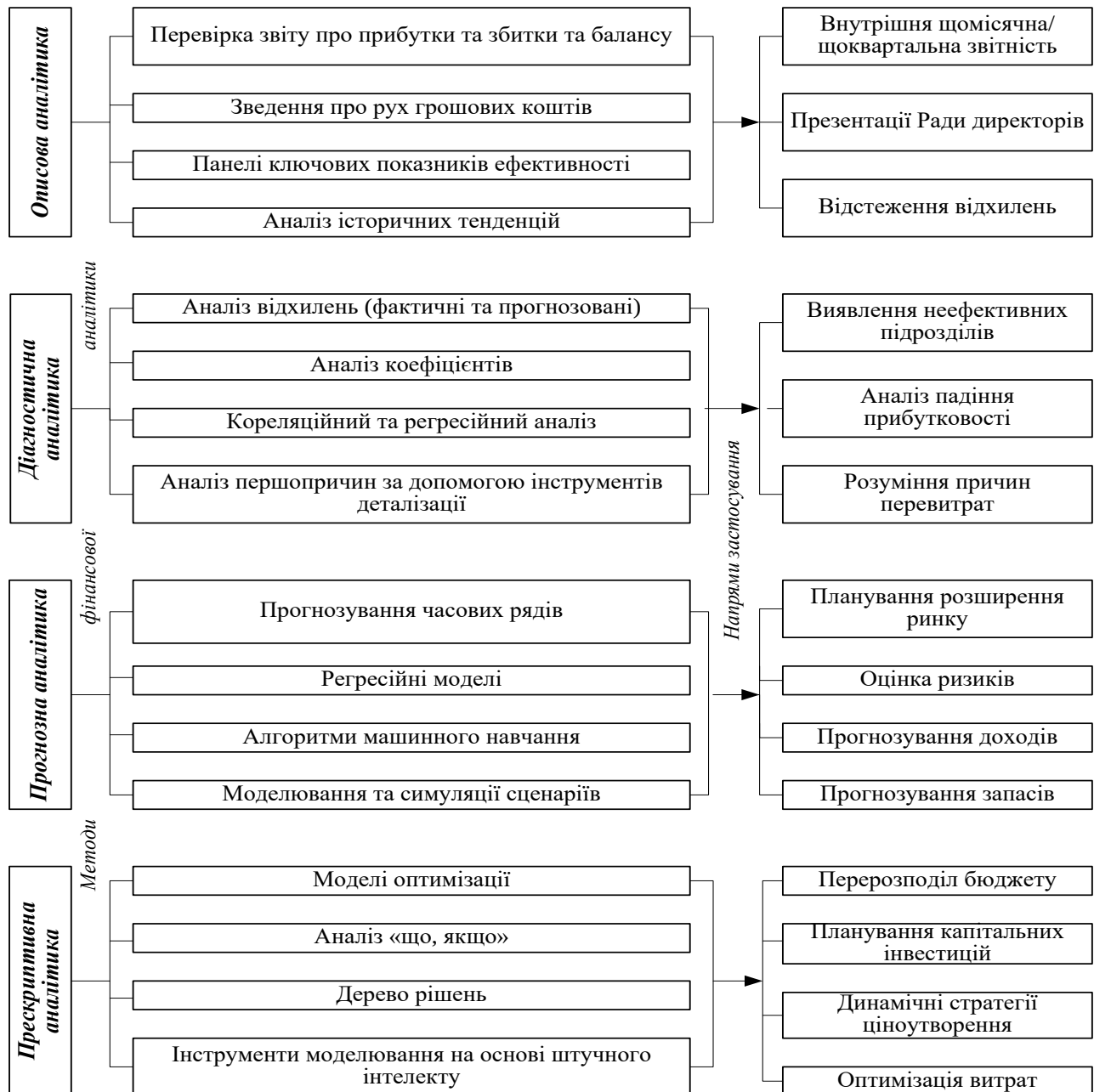


Рис. 1. Види та інструменти фінансової аналітики

Джерело: побудовано авторами за даними [14].



Перетворення фінансової аналітики на змістовну комунікацію відбувається під впливом: демократизації фінансової інформації (розкриття даних через GRI, ESG-звіти, XBRL-стандарти); посилення ролі учасників бізнесу в прийнятті рішень (від топменеджменту до суспільства); цифровізації процесів комунікації (візуалізація даних, інтерактивні звіти, BI-системи); глобальних криз (COVID-19, війна, економічна нестабільність, підвищення попиту на зрозумілу та надійну фінансову інформацію).

Змістовна ділова комунікація в системі аналітичного забезпечення, є критично важливою для ефективної роботи організацій. Комунікація у фінансовій аналітиці – це процес обміну фінансовою інформацією та аналітичними висновками між різними зацікавленими сторонами, такими як фінансові аналітики, керівництво компанії, інвестори, регуляторні органи та інші [10]. Ефективна комунікація є критично важливою для прийняття обґрунтованих фінансових рішень, забезпечення прозорості та довіри, а також для досягнення фінансових цілей організації.

Отже, фінансова аналітика виконує роль «мосту» між інформаційним простором підприємства та зовнішнім середовищем, і трансформація цього процесу вимагає семіотичної адаптації – перекладу складних фінансових даних на зрозумілу мову. Модель трансформації результатів фінансової аналітики у змістовну комунікацію наведено на рис. 2.

Таблиця 1

Етапи перетворення фінансової аналітики на змістовну комунікацію

Етап	Характеристика	Результат
1. Збір	Обробка фінансових та нефінансових даних	Повний фактологічний масив
2. Аналіз	Вибір ключових індикаторів, трендів, відхилень	Виявлення змістовних акцентів
3. Інтерпретація	Оцінка впливу на стейкхолдерів, формування наративу	Контекстуалізація інформації
4. Візуалізація	Побудова аналітичних dashboard, пояснень, інфографіки	Доступність для розуміння
5. Комунікація	Передача повідомлення (презентація, звіт, публікація)	Зворотний зв'язок, реакція

Джерело: побудовано авторами.

Відповідно до наведених етапів сформуємо модель передачі фінансової аналітичної інформації у межах корпоративної комунікації, яка буде підтримуватись сучасними підходами Integrated Reporting (процес, результатом

якого є комунікація, найпомітніша у вигляді періодичного «інтегрованого звіту» про створення цінності з часом [17]), що поєднує фінансову та нефінансову звітність у логіці стратегічного бачення. Основою моделі є класична комунікаційна модель Шеннона-Вівера [18]. Відповідно до якої комунікація становить лінійний процес, основними елементами якого є джерело та відправник, повідомлення, канал спілкування, приймач (одержувач) [19].

Модель використовується в інтегрованій звітності, презентаціях для інвесторів, щоквартальних брифінгах та управлінських dashboards. Разом з тим, ефективна комунікація аналітичної інформації дозволяє знизити ризики паніки серед інвесторів. Отже, перетворення фінансової аналітики на змістовну ділову комунікацію є не просто технологічним удосконаленням, а стратегічним зрушенням у підході до управління інформацією.

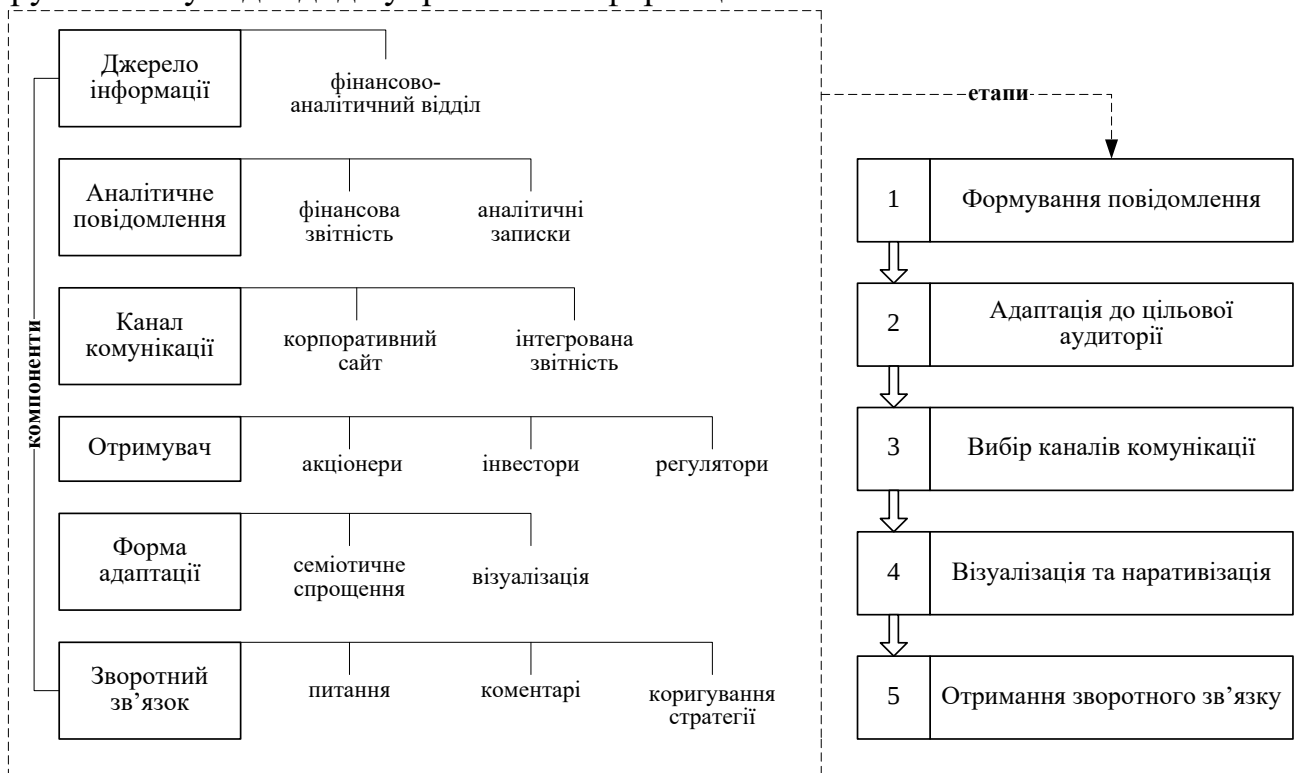


Рис. 2. Модель перетворення аналітичної інформації в інструмент комунікації

Джерело: розроблено авторами.

З метою деталізації функціонального потенціалу фінансової аналітики, як комунікативного інструменту – авторами систематизовано ключові функції, їх зміст та інструменти її реалізації (табл. 2).



Таблиця 2

Ключові функції фінансової аналітики у змістовній комунікації

№	Функція	Зміст функції	Інструменти реалізації
1	Інформаційно-комунікаційна	Забезпечення прозорості й доступності фінансової інформації	Звітність, презентації, інфографіка, ВІ-панелі
2	Аналітико-інтерпретативна	Пояснення показників, трендів, фінансових подій	Аналітичні записки, пояснювальні звіти, наративні розділи
3	Прогностична	Повідомлення про очікувані фінансові результати та ризики	Фінансове моделювання, сценарний аналіз, прогнозний звіт
4	Регуляторно-звітна	Виконання вимог щодо подання даних державним та міжнародним органам	Звітність за МСФЗ, аудиторські висновки, декларації
5	Перекладацько-семіотична	Адаптація складної фінансової мови до зрозумілої форми для різних аудиторій	Графіки, зрозумілі пояснення, візуалізація, storytelling
6	Функція зворотного зв'язку	Взаємодія з користувачами інформації та реакція на їх запити	Опитування, відповіді на запити, інвесторські сесії, конференц-коли
7	Інтеграційна	Поєднання даних із різних підрозділів для створення єдиної інформаційної платформи	Інтегровані дашборди, ERP-системи, аналітика в реальному часі

Джерело: розроблено авторами.

Фінансова аналітика у сфері комунікацій дозволяє не лише забезпечити внутрішню обізнаність і контроль, а й виступає засобом зовнішньої репрезентації фінансової позиції підприємства, виконує інтерпретативну, прогностичну, адаптаційну та інтеграційну ролі в межах сучасних корпоративних комунікацій.

Таке багатофункціональне навантаження потребує від аналітичної системи підприємства:

- чіткої структурованості інформаційних потоків,
- застосування інструментів візуалізації та наративного супроводу,
- орієнтації на запити конкретних аудиторій,
- готовності до зворотного зв'язку та репутаційного управління.

Отже, сьогодні фінансова аналітика трансформується у стратегічну комунікаційну платформу, яка формує довіру, знижує інформаційну асиметрію та підвищує ефективність управлінських рішень.

Висновки. Фінансова аналітика у сучасному корпоративному середовищі виконує не лише облікову чи контролюючу функцію, а й виступає інструментом ефективної ділової комунікації. За умови правильної інтерпретації, адаптації та візуалізації аналітична інформація може виступати основою для конструктивного діалогу, формування довіри, підвищення ефективності рішень.

Успішне впровадження аналітичної комунікації можливе лише за наявності належної культури прозорості, фінансової грамотності та цифрової підтримки процесів. Проте, фінансова аналітика може надати критично важливе розуміння таких важливих для бізнесу сфер, як рух грошових коштів, прибутковість, поведінка клієнтів та контроль витрат. Вона також може допомогти підприємствам визначити можливості для покращення операцій або процесів. Виявляючи тенденції в даних, компанії можуть створювати стратегії, які з часом призведуть до підвищення ефективності та економії коштів. Крім того, маючи кращу прозорість фінансів бізнесу, керівники можуть приймати більш обґрунтовані рішення щодо інвестицій або планів розширення на основі точної інформації, а не здогадок.

Список використаних джерел:

1. Fülbier, R. U., & Sellhorn, T. (2023). *Financial Accounting as a Language of Business: A Communication Perspective*. Journal of Business Economics, 93(2): 189–210. DOI: 10.1007/s11573-023-01158-4
2. Integrated Reporting Council, 2024. URL: <https://www.ifrs.org/news-and-events/calendar/2024/june/integrated-reporting-and-connectivity-council/>
3. Добровольська, О., Кравченко, М., & Даніленко, О. Фінансова звітність як елемент системи управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2021, (32). DOI: 10.32782/2524-0072/2021-32-34
4. Alshehhi, A., Nobanee, H., & Khare, N. (2018). The Impact of Sustainability Practices on Corporate Financial Performance: Literature Trends and Future Research Potential. *Sustainability*, 10(2), 494. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/2/494>
5. Sailaja, V. and at. (2025). Role of Financial Analytics in Business Decision-Making *International Journal of Research Publication and Reviews*, Vol 6, no 2: 3701-3705. URL: <https://ijrpr.com/uploads/V6ISSUE2/IJRPR38977.pdf>
6. Ткаченко В. В., Дзядик Х. В. Контролінг фінансового циклу в системі антикризового фінансового управління підприємством. *Modern Economics*. 2020. № 20. С. 296-301. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V20\(2020\)-46](https://doi.org/10.31521/modecon.V20(2020)-46).
7. Katherine, K. & Sten, A. (2019). Modeling financial analysts' decision making via the pragmatics and semantics of earnings calls. DOI: 10.48550/arXiv.1906.02868
8. Супруненко, С., Чорновол, А., & Гаврилюк, В. Використання аналітики даних для управління фінансовими процесами в цифровому середовищі України. *Економіка та суспільство*. 2024, (62). DOI: 10.32782/2524-0072/2024-62-51
9. Whitehouse, M. (2017). *Financial analysts and their role in financial communication and investor relations*. The handbook of financial communication and



investor relations. New York: Wiley. pp. 117-126. Handbooks in Communication and Media. DOI: 10.1002/9781119240822.ch10

10. Carbon, I. (2023). The Power of Financial Analytics. URL: <https://iriscarbon.com/the-power-of-financial-analytics-how-data-driven-insights-can-transform-your-business/>

11. What is financial analytics and why is it important? 2025. URL: <https://www.techtarget.com/searcherp/definition/financial-analytics>

12. Important Types Of Business And Financial Analytics. URL: <https://thebusinesssniper.com/business-financial-analysis/>

13. What Is the Difference Between Outsourced Financial Analytics and Business Intelligence? URL: <https://fullyaccountable.com/financialanalyticsvsbi/>

14. What Is Financial Analytics? Types, Tools & Business Applications in 2025. URL: <https://www.pangaeax.com/2022/01/09/financial-analytics-types/>

15. What is Business Communication? Process, Types, Importance, Barriers. URL: <https://www.geektonight.com/business-communication/>

16. Financial analytics 101: What it is and how it works URL: <https://stripe.com/resources/more/financial-analytics-101-what-it-is-and-how-it-works>

17. What is Integrated Reporting? URL: <https://esgthereport.com/what-is-integrated-reporting/>

18. Shannon–Weaver model .URL: <https://t1p.de/nera7>

19. Присяжнюк, П. Комуникативні моделі: генеза та сучасний стан. *Актуальні проблеми державного управління*. 2019, 2(56). С. 52-58 DOI: 10.34213/ap.19.02.06

Oleh ZAKHARCHENKO

Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Finance,
Private Higher Education Institution

«Rauf Ablyazov East European University», Cherkasy, Ukraine

 <https://orcid.org/0000-0001-8198-6569>

robin_a@ukr.net

Svitlana KUPRIKOVA

Ph.D. in Educational Sciences, Associate Professor,
Head of Theory and Practice of Translation
and Foreign Languages Department,
Private Higher Education Institution

«Rauf Ablyazov East European University», Cherkasy, Ukraine



FINANCIAL ANALYTICS AS A TOOL FOR MEANINGFUL BUSINESS COMMUNICATION IN THE CORPORATE ENVIRONMENT

Abstract. *This article explores the transformation of financial analytics from a classical instrumental function into a strategic means of meaningful business communication within the corporate environment. It substantiates that in the context of increasing transparency, digitalization, and multi-vector dialogue among business process participants, financial analytics acquires a new – communicative – status. This type of analytics not only facilitates the collection and processing of financial data but also evolves into a platform for conveying key managerial quintessences, risk-oriented signals, strategic forecasts, and socially responsible information.*

The purpose of the article is to substantiate a conceptual approach to financial analytics as a tool for meaningful business communication in the corporate environment, and to define key principles, tools, and conditions under which analytical information ensures effective interaction between management actors.

The authors identify the key functions of financial analytics in the communicative context: informational-communicative, interpretive, predictive, regulatory-reporting, integrative, and feedback functions. The article presents an original model for transmitting analytical information as a multi-level interaction between the data source, analytical processing, communication format, target consumer, and feedback mechanism. This model enables the transformation of analytical results from a purely technical product into the strategic language of business, enhancing decision-making effectiveness and strengthening trust in the company.

Methods. *The study of the transformation of financial analytics into meaningful business communication was conducted using theoretical principles of the functional approach, systems analysis, communicative economics, and methods of interpretive financial analysis.*

Results. *The article highlights the stages and components of the process that allowed the authors to build a conceptual model for transforming analytical information into a communication tool.*

Keywords: *financial analytics, business communication, corporate governance, financial narrative, strategic communication.*