

у випадку обміну на подібний об'єкт; при придбанні нематеріального активу в результаті обміну (або часткового обміну) на неподібний об'єкт, при безоплатному отриманні нематеріальних активів; при внесенні нематеріальних активів до статутного капіталу.

Використання такого підходу до оцінки дозволяє вирішити проблему інформаційної асиметрії в частині нематеріальних активів та шляхом підвищення релевантності фінансової звітності будівельних підприємств.

**IV. Висновки.** Враховуючи висунуті пропозиції, всі нематеріальні активи слід оцінювати за їх справедливою вартістю. Винятком лише є випадок, коли нематеріальні активи одержуються в результаті придбання. Вважаємо, що такий порядок визначення первісної вартості, що передбачений в п. 11 П(С)БО 8 “Нематеріальні активи”, є максимально наближений до справедливої вартості, зокрема, є подібним до порядку встановлення вартості нематеріального активу за ринковим підходом. Тому даний метод не потребує удосконалення та відповідає сучасним вимогам користувачів бухгалтерської інформації.

*І Банасько Т. М.* Оцінка нематеріальних активів для потреб обліку / Т. М. Банасько // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Міжнародний збірник наукових праць / Серія: Бухгалтерський облік, контроль і аналіз. – Випуск 3 (15). / Відповідальний редактор д.е.н., проф. Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2009. – С. 76-83 (0,57 друк. арк.).

УДК 334.138

## СТЕЙКХОЛДЕРИ ЯК ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: НЕОБХІДНІСТЬ ЇХ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ

*Стаття спрямована на дослідження теорії стейкхолдерів, систематизацію основних груп стейкхолдерів економічного потенціалу підприємства як факторів впливу, а також механізмів їх взаємодії. Обґрунтовано доцільність їх обліку та аналізу в процесі оцінювання економічного потенціалу підприємства.*

**Ключові слова:** стейкхолдери, зацікавлені особи, економічний потенціал, структурні компоненти, важелі взаємодії.

**I. Вступ.** В умовах ринкової економіки ефективність діяльності суб'єктів господарю-

*1. Бігдан І. А.* Питання оцінки вартості нематеріальних активів / І. А. Бігдан // Науково-практичний журнал “Регіональні перспективи”. – 2001. – № 2–3. – С. 78–80.

*2. Бондар М. І.* Оцінка та оцінювання в бухгалтерському обліку / М. І. Бондар; відп. ред. А. М. Мороз // Фінанси, облік і аудит : зб. наук. пр. – К. : КНЕУ, 2009. – Вип. 13. – С. 169-177.

*3. Бражна Л. В.* Оцінка нематеріальних активів для цілей відображення в бухгалтерському обліку та звітності / Л. В. Бражна // Агро Інком. – 2005. – № 2. – С. 90–92.

*4. Бразілій Н. М.* Особливості вартісної оцінки нематеріальних активів у бухгалтерському обліку / Н. М. Бразілій // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія “Економічні науки”. – Черкаси : ЧДТУ, 2006. – № 14. – С. 180–186.

*5. Криштопа І.* Оцінка нематеріальних активів / І. Криштопа // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1 (26). – С. 169–176.

*6. Ловінська Л. Г.* Оцінка в бухгалтерському обліку: [монографія] / Л. Г. Ловінська. – К.: КНЕУ, 2006. – 256 с.

*7. Малюга Н. М.* Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку: теорія, практика, перспективи / Н. М. Малюга. – Житомир: ЖІТІ, 1998. – 384 с.

*8. Шульга С. В.* Методи оцінки нематеріальних активів / С. В. Шульга // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Вип. 198 : у 4 т. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – Т. II. – С. 307–314.

*9. Яремко І. Й.* Економічні категорії в методології обліку: [монографія] / І. Й. Яремко. – Львів: Каменяр, 2002. – С. 192.

*A differentiated and undifferentiated approach to financial valuation of intangible assets of the company. The application of these approaches to assessment will solve the problem of information asymmetry in intangible assets and in general improve the relevance of financial reporting construction companies.*

*Шкроміда Н. Я.*

вання залежить від багатьох факторів, які є динамічними і потребують постійного моніторингу та аналізу. Оцінка та аналіз будь-яких економічних явищ і процесів, а також їх результати в значній мірі залежать від рівня та якості інформаційного забезпечення. Особливо актуально це стосується оцінювання економічного потенціалу, який визначає та формує передумови економічного розвитку підприємства в цілому.

Для достовірної оцінки величини наявного економічного потенціалу підприємства необхідна повна інформація про всіх його учасни-

ків, які мають вплив на фінансово-господарську діяльність та формують величину його внутрішніх і зовнішніх складових. Саме тому дослідження основних стейкхолдерів підприємства, важелів їх взаємодії та впливу на економічний потенціал є необхідним елементом процесу управління господарської діяльності суб'єкта господарювання.

Питання інформаційного забезпечення оцінки, аналізу та управління економічним потенціалом підприємства досліджували в своїх роботах провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як В. Г. Герасимчук, М. О. Кизим, Л. С. Краснокутська, Є. В. Лапін, О. С. Федонін та інші. Дослідження теорії стейкхолдерів присвячені праці відомих зарубіжних вчених, таких як Р. Фрімана, М. Кларксона, Ф. Котлера, Дж. Поста, С. Сакса, А. Уїкса, Л. Престона, Т. Джонса, Ф. Спенса та ін. До основних вітчизняних дослідницьких праць можна віднести публікації О. М. Тригуба, О. В. Осипченко, Б. С. Батаєва, О. В. Ареф'євої, П. В. Комарецької та ін. Вчені Л. Н. Коновалова, М. І. Корсаков та В. Н. Якімець визначають взаємовигідні очікування стейкхолдерів у разі реалізації соціального партнерства [7]. С. Сімпсон, С. Туркін та С. Колліер аналізують нові проблеми з урахуванням бізнес-функцій [8]. Серед вітчизняних учених питанням механізму управління корпоративною соціальною відповідальністю присвячені роботи Ю. Є. Благова, О. А. Грішнєвої, А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіної та ін. Аналізуючи існуючі теоретичні підходи щодо даних економічних категорій встановлено, що питання аналізу стейкхолдерів як основних факторів впливу на економічний потенціал підприємства потребують подальшого дослідження.

Передумовою подальшого розвитку стейкхолдер-менеджменту стає імplementований у 2010 р. в Україні стандарт ISO 26000, який визначає коло нових питань і нові шляхи їх вирішення.

**II. Постановка завдання.** Основною метою статті є визначення основних стейкхолдерів підприємства як факторів впливу та формування економічного потенціалу підприємства, важелів їх взаємодії, а також обґрунтування доцільності їх обліку та аналізу в процесі дослідження потенціалу підприємства.

**III. Результати.** Основною проблемою, з якою стикаються аналітики в процесі оцінювання економічного потенціалу підприємства,

є відсутність достовірної та повної облікової інформації про структурні компоненти об'єкта дослідження. Особливо це стосується отримання первинної і зведеної інформації про компоненти економічного потенціалу зовнішнього середовища підприємства та факторів, що мають на них вплив. Формування інформаційної бази для оцінки зовнішніх компонентів економічного потенціалу підприємства потребує низку заходів, пов'язаних зі збором необхідних даних, систематизацією, обробкою та підготовкою їх до аналітичних процедур.

Відомо, що функціонування і темпи розвитку економічного потенціалу підприємства залежать від ряду об'єктивних і суб'єктивних чинників, а також від кількості заінтересованих осіб та, відповідно, їх впливу. Вагомого значення в сучасній теорії і практиці вчені надають дослідженню впливу зацікавлених сторін на діяльність підприємства, його фінансові результати та економічний потенціал в цілому.

Основоположником концепції «зацікавлених сторін» («стейкхолдерів» від англ. слова *stakeholder*) вважається Е. Фрімен, який у своїй праці «Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених сторін» вперше ввів поняття «стейкхолдер», під яким слід розуміти «будь-які індивіди, групи або організації, які здійснюють суттєвий вплив на схвалювані фірмою рішення та/або які опиняються під впливом цих рішень». На початковому етапі дослідження даної економічної категорії перелік стейкхолдерів включав акціонерів, робітників, покупців, постачальників, кредиторів та суспільство [2].

Відповідно до таких міркувань ряд зарубіжних вчених (Дж. Пост, С. Сакс, А. Уїкс, Л. Престон, Т. Джонс та ін.) концептуально розвивають теорію стейкхолдерів і чітко обґрунтовують важливість аналізу їх впливу на діяльність підприємства. «Теорія стейкхолдерів» або «теорія зацікавлених сторін» (англ. *Stakeholder concept, stakeholder theory*) – одне з теоретичних напрямків у менеджменті, що формує і пояснює стратегію розвитку фірми з точки зору врахування інтересів так званих зацікавлених сторін. За даною концепцією при досягненні цілей діяльності організації слід брати до уваги різноманітні інтереси різних зацікавлених сторін (стейкхолдерів), які будуть представляти якийсь тип неформальної коаліції. Між стейкхолдерами також можуть існувати різні відносини, які не завжди носять

характер співробітництва, співпадання інтересів, а можуть бути і конкурентними. Однак усіх стейкхолдерів можна розглядати як єдине суперечливе ціле, що в сукупності визначатиме траєкторію розвитку організації. Таке ціле називається «коаліцією впливу» або «коаліцією учасників бізнесу» організації [1].

Таким чином, теорію зацікавлених сторін (stakeholder theory) аналітики розглядають як інструмент, на основі якого можна досліджувати та аналізувати відносини підприємства з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами.

Ключові положення цієї теорії:

– інтереси всіх зацікавлених сторін мають право бути взяті до уваги і в кінцевому результаті – задоволені;

– в оточенні підприємства велика кількість стейкхолдерів, які впливають або на яких можуть вплинути рішення керівництва підприємства;

– предметом теорії є відносини між зацікавленими сторонами.

Основними стейкхолдерами підприємства є:

1. Інвестори, що інвестують у діяльність підприємства свій капітал з метою отримання стабільного доходу, який повинен зростати у довгостроковому періоді.

2. Менеджери підприємства, які управляють фінансово-господарською діяльністю підприємства, приймають рішення, контролюють та аналізують ефективність діяльності.

3. Працівники підприємства, основний мотив яких є гарантія зайнятості та стабільне отримання доходу.

4. Споживачі (клієнти підприємства), зацікавлені в отриманні високоякісної та безпечної споживчої вартості та стабільності поставок.

5. Постачальники – суб'єкти партнерських відносин, які зацікавлені в інформації, що дозволяє їм визначити, чи своєчасно виплатять належні їм суми.

6. Кредитори, котрі тимчасово надають підприємству ресурси в обмін на наперед встановлений дохід і зацікавлені в інформації, що дозволяє їм визначити, чи будуть своєчасно здійснені виплати.

7. Суспільні і державні органи та установи.

Відповідно до міжнародного стандарту ISO 26000 підприємства у процесі взаємодії із стейкхолдерами повинні:

– визначити зацікавлені сторони в рішеннях та діяльності, зважаючи на те, на кого ці

рішення та діяльність впливають чи можуть впливати;

– розуміти і поважати інтереси та потреби зацікавлених сторін підприємства, реагувати на їхню стурбованість;

– враховувати відносну можливість стейкхолдерів звертатися до підприємства та покладати обов'язки;

– враховувати взаємозв'язок інтересів стейкхолдерів з інтересами суспільства, підприємства та принципами сталого розвитку;

– враховувати переконання стейкхолдерів [10].

Побудова взаємовигідних відносин підприємства зі стейкхолдерами, які мають прямий вплив на його фінансово-господарську діяльність є одним із основних завдань ефективного управління підприємством. Саме тому питання необхідності їх обліку та аналізу не викликає сумніву.

Аналіз стейкхолдерів – це процес, на основі якого можна виявити та оцінити основні зацікавлені групи людей або організацій, які впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства.

Аналіз стейкхолдерів суб'єктів господарювання включає такі основні етапи:

1) ідентифікація – встановлення кола осіб та організацій, що мають інтерес і впливають на діяльність підприємства;

2) систематизація їх за однорідними ознаками, групами впливу та збір інформації про них;

3) оцінка їх цілей і завдань;

4) формування стратегії подальшої успішної діяльності та встановлення механізмів і способів господарювання, які б задовольняли всіх учасників.

Отримати необхідну економічну інформацію про всіх зацікавлених осіб, які є факторами впливу на величину економічного потенціалу підприємства, керівництво та менеджери можуть на основі достовірних та оперативних даних бухгалтерського обліку.

З огляду на це, визначено коло основних стейкхолдерів, які вважаємо вагомо впливають на процес формування та умови функціонування економічного потенціалу підприємства. На рис. 1 зображено перелік основних стейкхолдерів економічного потенціалу підприємства та важелі їх взаємодії.

Як бачимо, визначені стейкхолдери формують середовище, в якому здійснюють свою ді-

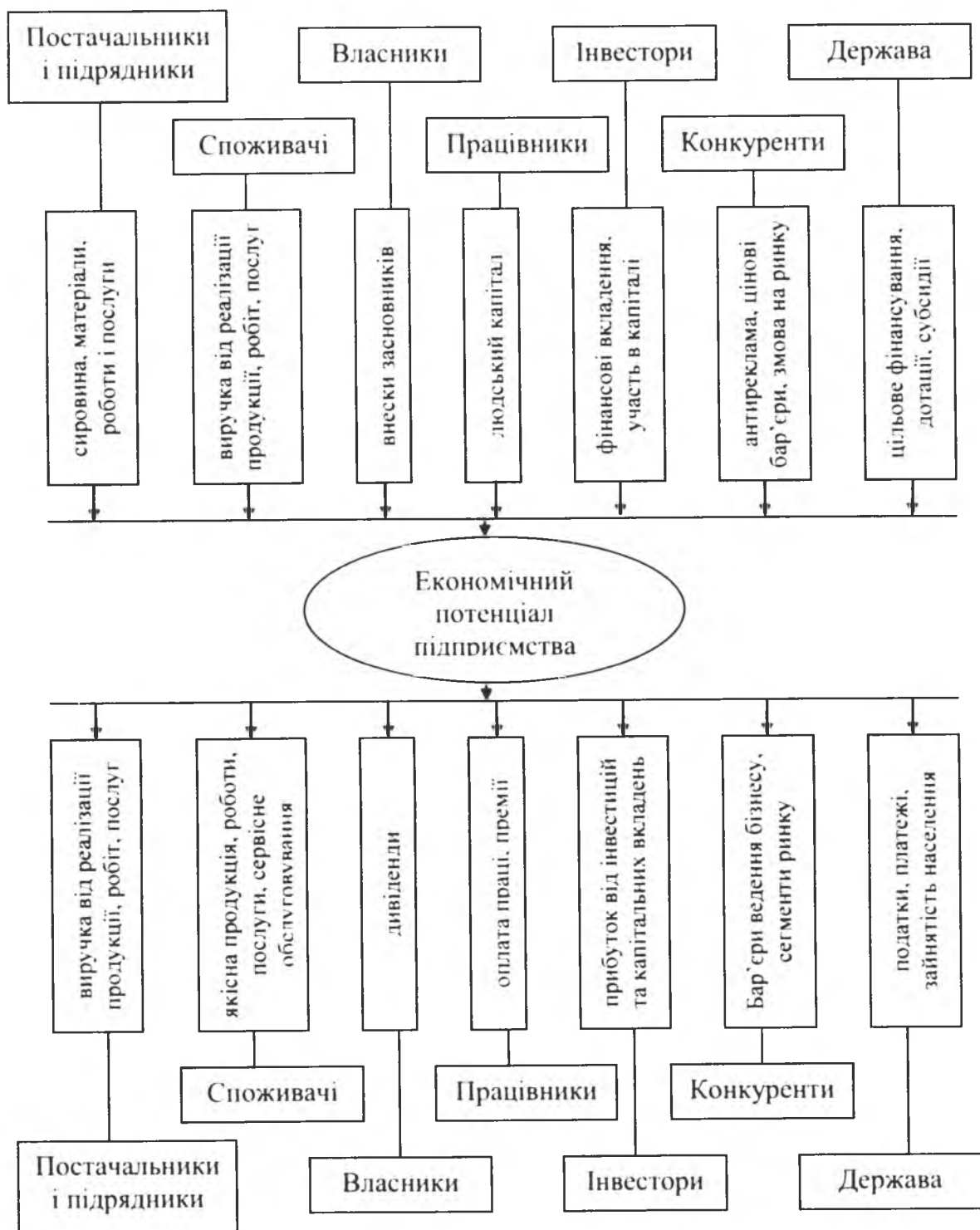


Рис. 1. Основні стейкхолдери економічного потенціалу виробничого підприємства та важелі їх взаємодії (розроблено автором)

яльність виробничі підприємства і, тим самим, визначають фактори впливу на їх економічний потенціал. Так, працівники і власники є факторами внутрішнього середовища підприємства, тобто в сукупності вони визначають і впливають на величину та рівень використання внутрішніх компонентів економічного потенціалу, а саме виробничого, фінансового, організацій-

ного, інноваційного та інших. Інформація про них повинна бути чітко відображена у фінансовій, податковій і статистичній звітності, аналітичному бухгалтерському обліку та інших внутрішніх відомостях, що формуються бухгалтерською службою.

В свою чергу, постачальники, споживачі, конкуренти, кредитори та інші формують зо-

ширше середовище, яке також визначає умови функціонування зовнішніх структурних компонентів економічного потенціалу суб'єкта господарювання, а саме його ринковий потенціал. Однак, дані про них є вибіркові, іноді випадкового характеру і, внаслідок, недостатні для проведення аналізу та формування відповідних висновків. Одним із варіантів вирішення вказаного питання, а саме підвищення рівня інформативності про зовнішні компоненти економічного потенціалу підприємства та факторів що на них впливають, вважаємо, може бути проведення на постійній основі маркетингового аудиту.

**IV. Висновки.** Враховуючи вплив зацікавлених осіб на фінансово-господарську діяльність підприємства та його потенціал, вважаємо, одним із основних завдань стратегічного планування є належна організація бухгалтерського обліку з метою формування достовірної інформації про існуючих стейкхолдерів та прийняття виважених управлінських рішень.

Таким чином, аналіз впливу зацікавлених осіб на величину і рівень використання структурних компонентів економічного потенціалу підприємства дозволить встановити сукупність найвагоміших стейкхолдерів, виявити та оцінити їх вплив на компоненти потенціалу і сформувати ефективну стратегію діяльності, що забезпечить нарощення економічного потенціалу та, одночасно, дозволить досягти максимально можливого рівня задоволення інтересів всіх стейкхолдерів підприємства.

1. Ареф'єва О. В. Інтереси стейкхолдерів в організаційному забезпеченні стратегічного управління фінансовим потенціалом підприємств / О. В. Ареф'єва, П. В. Комарецька // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9. – С. 80

2. Гросул В. А. Концепція стейкхолдерів в системі оцінки ефективності функціонування підприємства /

В. А. Гросул, Н. Е. Аванесова // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 2 (52). – С. 233–236.

3. Должанський І. З. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. для студ. ВНЗ / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.

4. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент : теория и практика: Учебное пособие для вузов / А.Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 34 с.

5. Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: погляди різних стейкхолдерів / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. – К. : Регіональний аспект, 2008. – 60 с.

6. Карачина Н. П. Економічна поведінка машинобудівних підприємств: теорія, методологія, практика управління : монографія / Н. П. Карачина. – Вінниця : Книга-Вега, 2010. – 416 с.

7. Социальное измерение в бизнесе / [С. Симпсон, С. Туркин] ; при участии Сари Коллиер. – М. : Красная площадь, 2001. – 96 с.

8. Саприкіна М. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям / М. Саприкіна, Д. Каба. – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011 – 475 с.

9. ISO 26000. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.csjournal.com>.

*In the article in theory the question of necessity of forming of infobase is reasonable for the evaluation of structural components of economic potential of enterprise. Conception of «parties» (theory of stakeholder) concerned is investigational, her key positions and groups of participants, that have an influence on financially-economic activity of enterprise. Principles of cooperation are considered enterprises with parties concerned, that carry out substantial influence on the decisions approved by a firm and that appear under act of these decisions. The most influential groups of stakeholder of economic potential of enterprise and levers of their cooperation are set. The basic stages of analysis of stakeholder subject of menage, the result of that must be establishment of mechanisms and methods of menage, that would satisfy all participants, are systematized. Expediency of their account and analysis is reasonable in the process of forming of mechanism of management of enterprise economic potential.*

УДК 339.138

Баран Р. Я., Романчукевич М. Й.

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРІВ ДИТЯЧОГО СЕГМЕНТУ: НАПРЯМКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ

Запропоновано алгоритм позиціонування на ринку товарів для дітей та визначено варіанти їх позиціонування в залежності від обраного вікового сегменту. Визначено напрямки та основні ознаки сегментації ринку дитячих

товарів. Проведено позиціонування підприємства та його конкурентів на основі чинників успіху за допомогою позиційних карт.

**Ключові слова:** позиціонування, дитячий сегмент, стратегії.