

technologically-analytical platform, management of loyalty system, KI of loyalty system.

The relations with buyers and customers through implementation of the loyalty systems manifests itself in the way of how administrative decisions and in interconnection and commonality of its primary and additional goals.

From our point of view, the list of goals for the loyalty systems can be divided in two groups: primary purposes and additional goals. Primary goals of the loyalty systems [elaboration of authors]: to build stable relations with existing buyers and customers; to attract new buyers and customers; to increase revenue and profit; to promote the image of company and cost of brand on the whole, to conquer part of the market.

The main novelty of scientific article is determination of "loyalty system" and description elements of loyalty system. Also, authors distinguish primary and additional goals for companies which implementing loyalty systems. Due to rapid growth of loyalty systems terminology that introduced here will be updated and supplemented in next author's researches.

УДК 334.7

ГАРМОНІЗАЦІЯ ІНТЕРЕСІВ АКЦІОНЕРІВ КОРПОРАЦІЇ ТА ІНШИХ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В УМОВАХ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ

ЧМУТ А.В.,
кандидат економічних наук,
ст. викладач,
Херсонський державний університет
ФЕДОРОВА Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
ДВНЗ «Херсонський державний
аграрний університет»

В статті розглянуті питання актуальності корпоративного управління орієнтованого на інтереси усіх стейкхолдерів. Досліджено питання сутності гармонізації інтересів. Запропоновано алгоритм оцінки рівня гармонізації інтересів стейкхолдерів корпорації та методичний інструментарій розрахунку відповідних показників.

***Ключові слова:** корпоративне управління; стейкхолдери; гармонізація інтересів; оцінка рівня гармонізації інтересів; конкурентоспроможність.*

В статье рассмотрены вопросы актуальности корпоративного управления, ориентированного на интересы всех стейкхолдеров. Исследованы вопросы сущности гармонизации интересов. Предложен алгоритм оценки уровня гармонизации интересов стейкхолдеров

корпорации и методический инструментарий расчета соответствующих показателей.

Ключевые слова: корпоративное управление; стейкхолдеры; гармонизация интересов; конкурентоспособность.

The questions of the relevance of corporate governance based on the interests of all stakeholders are shown in the article. Studied the question of the nature of harmonization of interests. Suggested the algorithm for assessing the level of harmonization of interests of the stakeholders of the corporation and methodological tools calculation of the appropriate indexes.

Keywords: corporate governance; stakeholders; harmonization of interests; competitiveness.

Постановка проблеми. Сучасна економіка України функціонує за ринкових відносин, основною ознакою яких є розвиток корпоративного сектору. Стійкі кризові процеси в українській економіці в більшості пов'язані з проблемами формування нового типу відносин – корпоративних, особливістю яких є наявність конфлікту інтересів акціонерів та інших зацікавлених осіб (стейкхолдерів). Особливої уваги це питання заслуговує в умовах розширення доступу українських компаній до зовнішніх ринків. Концепції стейкхолдер-орієнтованого управління та соціальної відповідальності вже давно застосовуються в практиці міжнародного бізнесу та є важливими факторами підвищення конкурентоспроможності компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Процеси взаємодії підприємства із стейкхолдерами досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені: Д. Дуденков, О. Кравченко, І. Олексів., І. Репенко., Е. Фрімен. Окремі аспекти гармонізації взаємовідносин ринкових суб'єктів знайшли відображення в працях О. Махаліної, О. Садченка, О. Сиротівського, А. Чмут та інших.

Мета статті полягає в формуванні методологічного апарату оцінки рівня гармонізації інтересів стейкхолдерів по відношенню до інтересів власників та акціонерів компаній.

Вклад основного матеріалу дослідження. Важливим завданням корпоративного управління є вивчення впливу, який чинять індивідууми і групи людей на функціонування організації.

В україномовних наукових джерелах «стейкхолдерами» називають соціально-економічних суб'єктів, які оточують підприємство. Часто в наукових працях немає чіткого розмежування між поняттям «стейкхолдер» та поняттями «група впливу» та «зацікавлені сторони» [1]. Так, Е. Фрімен, автор одної з перших повномасштабних стейкхолдерських теорій, запропонував визначення стейкхолдерів, як будь-якої групи або індивідууму, які можуть впливати або на яких може впливати досягнення організацією своєї мети [2, с. 34].

Проте в сучасних умовах функціонування організацій, поняття «стейкхолдери» слід розглядати більш широко, а саме, як групи економічного впливу підприємства, які мають фактичний вплив на певні етапи ланцюга створення вартості, прийняття управлінських рішень на підприємстві, можуть сприяти або перешкоджати досягненню цілей організації, а також обмежувати її доступ до певних видів ресурсів або такий вплив може бути потенційним, тобто виникати внаслідок або діяльності підприємства, або таких соціально-

економічних суб'єктів [3].

Серед стейкхолдерів корпорацій виділяють: власників та акціонерів, працівників, споживачів, банки та кредиторів, постачальників, органи державної влади, суспільство, громадські організації, ЗМІ, інвесторів, конкурентів [4]. Тому в даний час в західній науці існують дві основні теорії корпоративного управління – з позиції акціонерів і з позиції стейкхолдерів. Ці два підходи відрізняються способами розуміння та обґрунтування фундаментальних питань, що стосуються цілей корпорації, а також структури і механізмів управління. З одного боку, існує традиційний підхід, що спирається на вивчення корпорації як юридичної інструменту для акціонерів з метою максимального задоволення їх потреб. З іншого боку, порівняно новий стейкхолдер-підхід розглядає корпорацію як поле відповідальності ширшого кола зовнішніх зацікавлених сторін, а не тільки для акціонерів [5].

Стейкхолдер-підхід пропонує розширити коло уваги менеджерів і вивести його за рамки традиційних інтересів акціонерів, щоб зрозуміти потреби, очікування і цінності груп, які раніше сприймалися як зовнішні по відношенню до компанії. Ідентифікація стейкхолдерів і врахування їх інтересів має велике значення для діяльності компаній. Знання того, який суб'єктний склад осіб, зацікавлених в отриманні повної і достовірної інформації про господарюючого суб'єкта, розуміння того, що вони очікують і яким чином врахувати інтереси і вимоги стейкхолдерів, є необхідною умовою стабільності розвитку сучасного бізнесу.

Сьогодні на українських підприємствах існує явна перевага у врахуванні інтересів власників підприємства, тому є потреба врахування потреб інших стейкхолдерів. Вихідним пунктом даного підходу є розуміння того, що цілі підприємства набагато ширші, ніж створення прибутку для її власників, на що націлена їх гармонізація, тобто системоутворююча основа стійкого розвитку корпорації [6, 7].

Гармонізація інтересів суб'єктів ринку полягає в органічній єдності, узгодженості, збалансованості та субординованості інтересів та визначає цілеспрямованість економічної поведінки всіх соціальних груп суспільства (держави, фірм, домогосподарств, індивіда) у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання благ. Метою гармонізації є досягнення збалансованості інтересів партнерів на основі забезпечення їх прав та задоволення пріоритетних потреб [8].

Важливим аспектом гармонізації інтересів стейкхолдерів в корпоративному управлінні є їх оцінка. Для оцінки рівня гармонізації інтересів стейкхолдерів пропонуємо методичний інструментарій, який включає шість етапів та передбачає розрахунок відповідних показників (рис. 1).

Перелік ключових інтересів стейкхолдерів щодо діяльності корпорації наведено у табл. 1.

Окрім визначення основних інтересів стейкхолдерів щодо діяльності корпорації, важливим є визначення ступеню вагомості кожного з них та рівень його реалізації корпорацією.

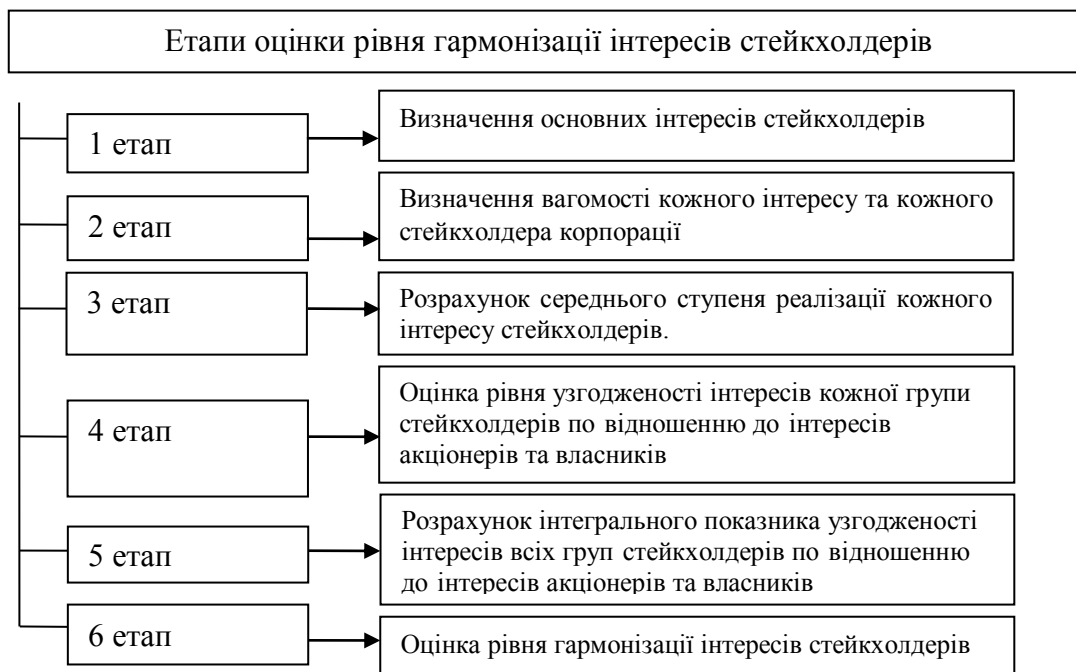


Рис. 1. Етапи оцінки рівня гармонізації інтересів стейкхолдерів

Відповідно до запропонованої методики, ступінь важливості пропонується оцінити за 4-бальною шкалою: 0 – не важливий; 1 – важливість низька; 2 – важливість середня; 3 – висока важливість. Рівень забезпечення виконання цих інтересів у взаємодії пропонується оцінити за 5-бальною шкалою: 5 – забезпечено в повному обсязі; 4 – достатньо забезпечено; 3 – не достатньо забезпечено; 2 – частково забезпечено; 1 – не забезпечено.

Таблиця 1

Перелік ключових інтересів стейкхолдерів щодо діяльності корпорації

Стейкхолдери	Інтереси стейкхолдерів
Працівники	Достойна винагорода, безпека праці, умови праці, можливість просування по службовій драбині, тренінги
Власники та менеджери	Вартість підприємства, дивіденди, динаміка розвитку організації, умови оплати праці (наприклад, залежність від бонусів)
Споживачі	Надійність, якість, післяпродажне обслуговування, співвідношення ціна/якість
Банки/кредитори	Ліквідність, платоспроможність, здатність генерувати грошовий потік
Постачальники	Надійні та довготривалі відносини із підприємством
Державні органи влади	Відповідність чинному законодавству, створення робочих місць, подача точної адекватної інформації про діяльність організації
Суспільство	Безпека діяльності стосовно суспільства, внесок у розвиток суспільства
Громадські організації	Відповідність вимогам третього сектора (екологічним, суспільним, етичним)

Для оцінки узгодженості інтересів стейкхолдерів корпорацією пропонується використовувати наступні формули у визначеній послідовності:

1. Середній ступінь реалізації інтересів кожного з стейкхолдерів:

$$Sr_j = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N f_{ij} \cdot w_{ij} , \quad (1)$$

де, Sr_j – середня ступінь реалізації інтересів j -тої групи стейкхолдерів;
 f_{ij} – оцінка виконання i -того інтересу j -тої групи стейкхолдерів;
 w_{ij} – значимість задоволення i -того інтересу j -тої групи стейкхолдерів.

2. Оцінка рівня узгодженості інтересів стейкхолдерів по відношенню до інтересів акціонерів та власників корпорації:

$$RU_{jk} = \frac{Sr_j}{Sr_k} , \quad (2)$$

де, Sr_k – середня ступінь реалізації інтересів акціонерів корпорації.

Умовами забезпечення узгодження будуть:

$$Sr_j \rightarrow \max; Sr_k \rightarrow \max; RU_{j,k} \rightarrow 1$$

3. Інтегральний показник узгодженості інтересів всіх груп стейкхолдерів по відношенню до інтересів акціонерів та власників:

$$I_{RU} = a_1 RU_{j_1k} + a_2 RU_{j_2k} + \dots + a_n RU_{j_nk} , \quad (3)$$

де, I_{RU} – інтегральний показник узгодженості інтересів всіх груп стейкхолдерів по відношенню до інтересів акціонерів.

a_{1-n} – вагомість кожної з груп стейкхолдерів для корпорації.

Результати оцінки рівня гармонізації пропонується визначати, враховуючи відхилення отриманих показників від одиниці, за наступною шкалою (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка рівня гармонізації інтересів

Відхилення рівня узгодженості від одиниці (Δ)	Рівень гармонізації інтересів
$\Delta \leq 0,2$	інтереси гармонізовані
$0,2 < \Delta < 0,5$	інтереси не достатньо гармонізовані
$\Delta \geq 0,5$	інтереси не гармонізовані

Зазначену оцінку гармонізації взаємовідносин доцільно проводити аналізуючи як отриманий інтегральний показник, так і оцінюючи рівень узгодженості інтересів кожної окремої групи стейкхолдерів по відношенню до інтересів акціонерів та загальної конкурентоспроможності досліджуваних підприємств в умовах інтеграції у світовий економічний простір [9].

Висновки та напрями подальших досліджень. Впровадження стейкхолдер-орієнтованого підходу в корпоративному управлінні підприємства, в основі якого буде покладено гармонізацію інтересів усіх стейкхолдерів, сприятиме, окрім реалізації економічних цілей розвитку, забезпеченню принципів соціально – відповідального бізнесу, а відповідно, підвищить конкурентоспроможність та ефективність компаній на зовнішніх та внутрішніх ринках. В подальших дослідженнях планується проведення більш глибокого аналізу різних груп стейкхолдерів та оцінка сили їх впливу на корпорації.

Література:

1. Олексів І.Б. Теоретико-методологічні засади управління підприємством на засадах урахування інтересів стейкхолдерів / І.Б. Олексів, В.Ю. Харчук // Демократичне врядування. – 2014. – Вип. 13. – С. 48–53.
2. Freeman E. Strategic Management: a Stakeholder Approach, Pitman / E. Freeman. – Boston., 1984.
3. Олексів І.Б. Групи економічного впливу в системі управління підприємством: концепція і інструментарій їх відбору та узгодження інтересів: монографія / І.Б. Олексів. – Львів: Львівська політехніка, 2013. – 292 с.
4. Кравченко О. Стейкхолдери як агенти зовнішніх та внутрішніх комунікацій в організаціях сфери масового спорту та спорту для всіх / О. Кравченко // Молода спортивна наука України. – 2014. – Т. 4. – С. 47–52.
5. Дуденков Д.А. Стейкхолдер-ориєнтована модель компанії в теорії корпоративного управління / Д.А. Дуденков // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2014. – № 2. – С. 52–58.
6. Репенко И.С. Стейкхолдерская теория фирмы: содержание, области исследования и пути применения / И.С. Репенко // Бизнес-образование как инструмент устойчивого развития экономики. – 2012. – № 3. – С. 179–180.
7. Махалина О.М. Гармонизация современного корпоративного управления в российских компаниях [Электронный ресурс] / О.М. Махалина, С.Ю. Чмель // – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/garmonizatsiya-sovremennogo-korporativnogo-upravleniya-v-rossiyskih-kompaniyah>
8. Чмут А.В. Оцінка рівня гармонізації відносин учасників інтеграційних об'єднань / А.В. Чмут // Зб. наук. пр. Харківського національного аграрного університету. – 2012. – № 6. – С. 232–237.
9. Федорова Т.В. Інноваційні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємств хлібопекарської галузі / Т.В. Федорова // Вісник ЖНАЕУ. – 2015. – № 1 (48). – Т. 2. – С. 130–137.

The modern economy of Ukraine operates under market economy, basic feature of which is the development of the corporate sector. Persistent crises in the Ukrainian economy are mostly associated with the formation of a new type of relations – corporate relations, which is the feature of the conflict of interests of shareholders and other interested parties (stakeholders). Special attention this issue deserves in terms of expanding access of Ukrainian companies to foreign markets. The concept of stakeholder-oriented management and social responsibility has long been used in the practice of international business and it is one of the factors of improving the competitiveness of companies.

Currently there are two main theories of corporate governance in western science – from the perspective of shareholders and stakeholders.

Stakeholder concept proposes to expand the range of managers' attention and brings it beyond the traditional interests of shareholders to understand the needs, expectations and values of groups that previously were seen as external to the company.

Harmonizing the interests of shareholders and other stakeholders is the basis of

constant development of corporation.

The purpose of harmonization is to achieve a balance of interests of the partners on the basis of ensuring their rights and satisfying their priority needs.

An important aspect of harmonizing the interests of stakeholders in corporate governance is their assessment.

The algorithm of assessing the level of harmonization of interests of stakeholders of the corporation suggested in the study includes the following steps: Determining the best interests of stakeholders; determine the importance of each and every stakeholder interest in the corporation; calculation of the average degree of implementation of each stakeholder interests; assessment of consistency of interests of each group of stakeholders in relation to the interests of shareholders and owners; calculation of the integral index of consistency of the interests of all stakeholder groups in relation to the interests of shareholders and owners; assessment of harmonization of interests of stakeholders.

According to given algorithm, there proposed scientific and methodological tools of calculation of the appropriate indexes (average degree of realization of interests of consistency of interests, integral index of consistency of the interests of all stakeholder groups in relation to the interests of shareholders and owners) and presented the scale deflection of level of consistency of interests that makes it possible to conclude about the presence of a harmony of interests. This approach allows us to consider meeting the basic interests of the parties to effectively manage relationships with stakeholders.

УДК 339.9.012:330.341:338.24

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЕКОНОМІКИ НА ГЛОБАЛЬНОМУ І НАЦІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ

**ДЯТЛОВ Є.В.,
аспірант,
Донецький державний університет
управління (м. Маріуполь)**

Обґрунтовано передумови формування систем економічної інформації на глобальному та національному рівнях. Визначено етапи формування систем інформаційного забезпечення. Систематизовано міжнародні організації з надання статистичної інформації. Узагальнено досвід розвинутих країн. Доведено необхідність його застосування для розвитку системи інформаційного забезпечення економічної діяльності в Україні.

Ключові слова: економічна інформація; інформаційне забезпечення; система на глобальному, міждержавному та національному рівнях; етапи створення; досвід формування.