

УДК 657:330.123.71

Гринь В.П.

viktoriya\_grin@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6758-7374

к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування,  
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

## РОЗВИТОК ЗВІТНОСТІ ЩОДО СТРАТЕГІЧНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** Обґрунтовано необхідність забезпечення стратегічної орієнтації системи фінансового обліку шляхом удосконалення звітності про стратегічні активи підприємства. Запропоновано розуміти стратегічні активи підприємства як сукупність ресурсів підприємства, які забезпечують формування його конкурентних переваг. Метою написання статті визначено удосконалення підходів до визнання та оцінки стратегічних активів підприємства та розробка методик їх відображення в спеціалізованих звітах. Виділено два види стратегічних активів підприємства (капіталізовані стратегічні активи, що відображаються в бухгалтерському балансі підприємства у вигляді традиційних активів підприємства; некапіталізовані стратегічні активи, що не є окремими об'єктами бухгалтерського обліку). Розроблено методику ідентифікації стратегічних активів підприємства в системі обліку. Обґрунтовано необхідність використання моделі «VRIO» (Дж.Б. Берні, Д.Н. Кларк) та узагальнення результатів в Звіті про стратегічні активи підприємства, що використовуватиметься зовнішніми стейкхолдерами для прийняття інвестиційних та позикових рішень. В основу структури запропонованого звіту покладено 6-ти компонентну структуру капіталу підприємства, визначену в міжнародному стандарті інтегрованої звітності <IR>. Визначено та проаналізовано основні причини неможливості імітації стратегічних активів конкурентами. Розроблено порядок визнання стратегічних активів у вузькому розумінні в фінансовому обліку. Сформовано модель відповідності окремих видів стратегічних активів видам конкурентних переваг, які вони забезпечують. Обґрунтовано доцільність проведення паралельної оцінки стратегічних активів за відновлювальною вартістю або за вартістю заміщення в системі фінансового обліку. Визначено необхідність врахування при розрахунку відновлювальної вартості та вартості заміщення стратегічних активів такого обсягу затрат, які підприємство повинно буде витратити у випадку втрати конкретного стратегічного активу. Розроблено деталізовану структуру Звіту про стратегічні активи підприємства. Описано механізм формування звіту про стратегічні активи на підприємстві та переваги його впровадження для зовнішніх користувачів.

**Ключові слова:** стратегічні активи, оцінка стратегічних активів, стратегічний фінансовий облік, стратегічна звітність.

Gryn Viktoriia

viktoriya\_grin@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6758-7374

Ph.D., Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation,  
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia

## DEVELOPMENT OF STRATEGIC ASSETS REPORTING

**Abstract.** The necessity of ensuring the strategic orientation of the financial accounting system by improving the enterprise's strategic assets reporting has been grounded. Understanding of strategic assets of the enterprise as set of resources of the enterprise, which provide formation of its competitive advantages, has been offered. The purpose of writing the article is to improve approaches to the recognition and evaluation of strategic assets of the enterprise and the development of methods for their reflection in specialised accounting reports. There are two types of strategic assets of the enterprise (capitalised strategic assets that are reflected in the balance sheet of the enterprise in the form of traditional assets of the enterprise; non-capitalised strategic assets that are not separate objects of accounting) have been allocated. The method of identification of strategic assets of the enterprise in the accounting system is developed. The need to use the VRIO model (J.B. Barney, D.N. Clark) and summarise the results in the Report on Strategic Assets of the enterprise, which will be used by external stakeholders to make investment and loan decisions, is justified. The structure of the proposed Report is based on the 6-component structure of the Capital of the enterprise, the definition in the international integrated reporting framework (IR). The main reasons for the impossibility of imitating strategic assets by competitors have been identified and analyzed. The procedure for recognising strategic assets in the narrow sense in financial accounting has been developed. A model of compliance of certain types of strategic assets with the types of competitive advantages they provide has been formed. The expediency of conducting a parallel valuation of strategic assets at replacement cost in the financial accounting system has been suggested. The need to take into account such amount of costs that the company will have to spend in case of loss of a particular strategic asset during

*calculating the replacement cost of strategic assets is defined. A detailed structure of the Report on strategic assets of the enterprise has been developed. The mechanism of forming a Report on strategic assets of the enterprise and the advantages of its implementation for external users has been described.*

**Key words:** strategic assets, measurements of strategic assets, strategic financial accounting, strategic reporting.

**JEL Classification:** M41

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-03>

**Постановка проблеми.** Для повного та прозорого розуміння діяльності підприємства зовнішнім користувачам в умовах сьогодення вже недостатньо традиційних показників, що надаються в фінансовій звітності, оскільки вони не розкривають специфіки наявних ресурсів та не дозволяють оцінити їх роль в формуванні конкурентних переваг підприємства. Однак, наявність подібної інформації у постачальників капіталу є основним джерелом для прийняття інвестиційних та позикових рішень, розкриття якої в цілому з позиції підприємства зменшуватиме його витрати на залучення додаткового капіталу. Виникнення подібних інформаційних потреб у зовнішніх користувачів є прикладом появи новітнього інституційного запиту, що за В.М. Жуком є прикладом обмеженості обліку в забезпеченні новітніх інституційних трансформацій та потребує вирішення [3, с. 232]. Внаслідок цього для окремих дослідників в сфері бухгалтерського обліку (Р.Ф. Бруханський [1, с. 113], Н.Ю. Єршова [2, с. 697–698], І.І. Криштопа [4, с. 5], А.А. Пилипенко [5, с. 3–4], А.В. Шайкан [7, с. 45–46]) все більш актуально стає проблема забезпечення стратегічної орієнтації системи фінансового обліку, удосконалення її теоретико-методологічного інструментарію таким чином, щоб вона забезпечувала генерування облікової інформації, яка б дозволяла приймати ефективні стратегічні рішення зовнішнім стейкхолдерам.

Одним із шляхів вирішення даної проблеми є розкриття облікової інформації про стратегічні активи підприємства, під якими слід розуміти сукупність ресурсів підприємства, які забезпечують формування його конкурентних переваг. Для цього необхідно удосконалити процес оцінювання стратегічних активів в системі бухгалтерського обліку та забезпечити їх повне та релевантне розкриття в спеціалізованих звітах, які мають більш детально розкривати інформацію про стратегічні активи, наведену в фінансовій звітності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні аспекти ідентифікації стратегічних активів в системі фінансового обліку розкрито в дослідженнях Д. Аакера, Р. Аміта, Дж. Берні, С. Бобришева, О.В. Вострякова, Р.К. Дос Сантоса, Т.Х.М. Пінью, К.К. Прахалада, Г. Хемела, П.Дж. Шумейкера та ін.

Про необхідність удосконалення системи фінансового обліку, яка не враховує зростаючі запити зовнішніх користувачів в інформації про стратегічні аспекти функціонування підприємства зазначають Р.Ф. Бруханський, С.Ф. Голов, Н.Ю. Єршова, І.І. Криштопа, О.П. Кундря-Висоцька, А.А. Пилипенко, М.С. Пушкар, В.З. Семанюк, А.В. Шайкан. В той же час, удосконаленню бухгалтерської звітності щодо розкриття інформації про стратегічно важливі об'єкти, які відіграють ключову роль в збереженні конкурентних переваг підприємства, майже не приділяється увага дослідників. Це обґрунтовується відсутністю згоди серед дослідни-

ків стосовно того, які саме об'єкти мають розкриватись в таких додаткових стратегічних звітах підприємств, як вони мають оцінюватись, і яким чином має проводитись таке додаткове розкриття облікової інформації.

**Постановка завдання.** Основним завданням написання статті є удосконалення підходів до визнання та оцінки стратегічних активів підприємства та розробка методики їх відображення в спеціалізованих звітах.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Стратегічні активи як сукупність ресурсів підприємства, які забезпечують формування його конкурентних переваг, складаються з двох основних груп: 1) Капіталізовані стратегічні активи, що відображаються в бухгалтерському балансі підприємства у вигляді традиційних активів підприємства та відповідають вимогам їх визнання стратегічними ресурсами (цінність, унікальність, доступність); 2) Некапіталізовані стратегічні активи, що не є окремими об'єктами бухгалтерського обліку, та інформація про які відокремлено не надається в бухгалтерському балансі, однак які відносяться до стратегічних ресурсів підприємства. З метою розвитку інформаційного забезпечення стратегічного управління підприємством, а також інформування зовнішніх користувачів про стратегічні активи можна виділити наступні напрями удосконалення чинної системи бухгалтерського обліку: 1) Для першої виділеної групи стратегічних активів слід забезпечити їх ідентифікацію та виокремлення зі складу всіх активів підприємства, формування релевантного підходу до їх оцінки; 2) Для другої групи стратегічних активів необхідно розробити методику їх ідентифікації, відокремленого відображення та облікового оцінювання, щоб внутрішні і зовнішні користувачі змогли одержувати достовірну і релевантну інформацію про всі стратегічні ресурси підприємства.

Для ідентифікації стратегічних активів підприємства в системі обліку запропоновано використовувати модель «VRIO», розроблену Дж. Берні та Д.Н. Кларком, оскільки вона дозволяє встановити роль конкретних ресурсів підприємства в забезпеченні його конкурентних переваг, а тому на основі її результатів можна визначити, про які види стратегічних активів слід надавати інформацію користувачам для прийняття рішень, володіючи інформацією про основні конкурентні переваги та недоліки. Прикладами таких стратегічних рішень можуть бути як рішення щодо самих стратегічних активів підприємства, виходячи з їх ролі і значення в діяльності підприємства (наприклад, передача неважливих з позиції підприємства ресурсів на аутсорсинг), так і щодо подальшого стратегічного розвитку підприємства внутрішніми і зовнішніми користувачами, виходячи з перспектив збереження його конкурентних переваг (наприклад, припинення вкладення інвестицій в підприємство внаслідок короткого часового горизонту щодо основних конкурентних переваг). Якщо

представники ресурсної теорії стратегічного менеджменту приділяли основну увагу управлінню самими стратегічними ресурсами, то в контексті нашого дослідження також важливою проблемою вбачається розкриття інформації про стратегічні перспективи підприємства на основі оприлюднення інформації про різні види стратегічних активів як для внутрішніх, так і зовнішніх користувачів, що сприятиме підвищенню ефективності наявної системи стратегічних облікових комунікацій підприємства.

Виходячи з назви самої моделі до різних видів стратегічних активів підприємства можуть бути віднесені ті його ресурси, які є цінними, рідкісними, неповторними (неможливість імітації) та керованими (організованими) для даного підприємства у порівнянні з його конкурентами. Виходячи з цих чотирьох вищенаведених характеристик, які притаманні або непритаманні стратегічному активу підприємства, що розташовані у відповідній ієрархічній послідовності, може бути проведена класифікація стратегічних активів в залежності від їх здатності забезпечувати одержання різних видів конкурентних переваг.

Стратегічними активами слід вважати лише ті активи підприємства, які мають цінність (вартість) для підприємства. Як відмічають Дж.Б. Берні та В.С. Хестерлі для фірми ресурси є цінними тоді, коли вони дозволяють використовувати зовнішні можливості або нейтралізувати зовнішню загрозу. Тобто вони є цінними тоді, коли вони дозволяють підвищувати свої конкурентні позиції [8, с. 68]. Найбільш дієвим способом підтвердження цінності активів для підприємства є визначення їх ролі в забезпеченні одержання доходів підприємства або мінімізації його витрат. Оскільки генерування майбутніх економічних вигід є загальним критерієм визнання активів в системі бухгалтерського обліку, то можна сказати, що стратегічні активи першої групи напряму можна вважати цінними для підприємства, а щодо стратегічних активів другої групи має проводитись додатковий аналіз. Прикладами стратегічних активів другої групи є внутрішньостворені торговельні марки підприємства, які дозволяють йому одержувати економічні вигоди, однак які заборонено визнавати як нематеріальні активи підприємства згідно національних (ПСБО 8) та міжнародних (IAS 38) стандартів бухгалтерського обліку.

Якщо стратегічні активи підприємства є цінними, однак є достатньо поширеними серед інших конкурентів, тобто не є рідкісним ресурсом, то такі активи переважно не забезпечуватимуть одержання конкурентних переваг для підприємства, в той же час, виступатимуть основним джерелом конкурентного паритету. Конкурентний паритет засвідчує той факт, що наявність таких стратегічних активів дозволяє функціонувати підприємству не гірше за його конкурентів. Як пишуть з цього приводу Дж.Б. Берні та В.С. Хестерлі, тільки у тих випадках, коли ресурс не контролюється численними іншими фірмами, він може стати джерелом конкурентних переваг [8, с. 72]. Таким чином, рідкісність стратегічного активу означає його наявність (здатність його контролювати) у невеликій кількості інших конкурентів, що визначається як розміром галузі, так і кількістю конкурентів, які володіють такими активами. Оскільки одержання цінного та рідкісного стратегічного активу у випадку можливості його відтворення

власними силами або придбання зі сторони для конкурентів є лише справою часу, то у випадку потенційної можливості його одержання конкурентами можна говорити про існування тимчасових конкурентних переваг.

Можливість імітації стратегічного активу з боку конкурентів породжує виникнення загрози втрати конкурентної переваги, що створюється ним, в майбутньому. Тому постійні конкурентні переваги для підприємства забезпечують лише ті стратегічні активи, які складно імітувати конкурентами, тобто для відтворення яких відсутні необхідні техніко-технологічні засади, або можливість їх імітації шляхом одержання зі сторони або власної розробки є достатньо дорогою для конкурентів. Якщо для імітації такого стратегічного активу конкурентам необхідно понести незначні витрати, то внаслідок цього в галузі буде створений конкурентний паритет. Тому лише ті підприємства, які володіють цінними, рідкісними та дорогими для імітації стратегічними активами, створюють необхідні передумови для формування стійких конкурентних переваг в процесі формування нових та реалізації існуючих стратегій.

Неможливість імітації стратегічних активів конкурентами на думку Дж.Б. Берні та В.С. Хестерлі зумовлюється чотирма основними причинами:

1) унікальні історичні умови, коли фірма отримує недорогий доступ до ресурсів через своє місце в часі та просторі, інші фірми можуть вважати ці ресурси дорогими для імітації;

2) причина неоднозначність, коли конкуренти точно не можуть сказати, що дозволяє фірмі отримувати переваги, імітація цієї переваги може коштувати дорого. Джерела причинно-наслідкової неоднозначності включають, коли конкурентні переваги базуються на «прийнятих як належних» ресурсах та можливостях, коли існує безліч неперевіраних гіпотез про те, чому фірма має конкурентну перевагу, і коли переваги фірми базуються на складних наборах взаємопов'язаних можливостей;

3) соціальна складність, коли ресурси та можливості, які фірма використовує для здобуття конкурентної переваги, включають міжособистісні стосунки, довіру, культуру та інші соціальні ресурси, які дорого імітувати в короткий термін;

4) патенти, що є джерелом стійких конкурентних переваг у декількох галузях, включаючи фармацевтику та хімічну промисловість [8, с. 75].

В той же час, для забезпечення одержання стійких конкурентних переваг підприємства стратегічним активам недостатньо лише відповідати характеристикам цінності, рідкісності та неповторності (неможливість імітації), оскільки такі переваги набуваються лише за умови наявності належного рівня організації системи управління вартістю підприємства. На підприємстві має бути налагоджений такий рівень організації, що забезпечуватиме найбільш ефективне використання наявних ресурсів та можливостей для досягнення тактичних та стратегічних цілей (системи вартісно-орієнтованого менеджменту, управлінського контролю, бухгалтерського обліку, управління якістю, мотивації, різні неформальні управлінські системи тощо). Зокрема, одним із важливих елементів такої системи організації є дієва інформаційна підтримка системи управління підприємством шляхом належного рівня

організації фінансового обліку, що забезпечує надання достовірної та релевантної облікової інформації про наявні ресурси, капітал та зобов'язання, а також результати діяльності підприємства. Таким чином, для отримання стійких конкурентних переваг підприємству недостатньо наявності лише цінних, рідкісних та неповторних стратегічних активів, для цього також обов'язково необхідний атрибут керованості або належної організації для використання їх стратегічного потенціалу в повному обсязі.

За умови відсутності такої системи, яка забезпечує керованість або організованість стратегічних активів, може виникнути ситуація, за якої існуючі конкурентні переваги залишаються невикористаними або нереалізованими. Наприклад, невикористання або неповноцінне використання унікальних засобів виробництва (виробничих ліній, окремих верстатів, пристроїв тощо) через відсутність кваліфікованого персоналу, є основною причиною внаслідок чого такі активи втрачають своє стратегічне значення для підприємства. Подібна ситуація є достатньо характерною для вітчизняних медичних закладів, які одержують дороге медичне обладнання за грантові або спонсорські кошти, однак воно не використовується в таких закладах належним чином через ряд об'єктивних та суб'єктивних причин.

Загалом до стратегічних активів відносяться ті ресурси підприємства, які перебувають під його контролем, стосовно яких у підприємства в порівнянні з конкурентами існує значний рівень асиметрії, наявна недосконалість мобільності таких ресурсів, ринок таких ресурсів теж є недосконалим і конкуренти при цьому не можуть з незначними витратами одержати такі ресурси (створити самостійно або залучити зі сторони). В переважній більшості випадків такими активами є нематеріальні ресурси підприємства (структурний, людський, клієнтський капітал), оскільки саме вони майже всі можуть бути оцінені, є рідкісними, їх важко імітувати або замінити аналогами. В той же час, окремі фізичні та фінансові активи також можна визнати як стратегічні активи підприємства, зокрема, природний капітал підприємства, внаслідок його обмеженості та невідтворюваності.

Виходячи з аналізу вимог (характеристик), які необхідно враховувати в процесі визнання стратегічних активів, а також виходячи з розуміння їх сутності

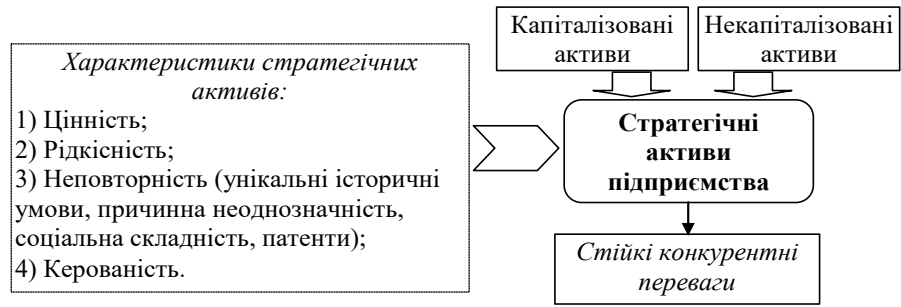


Рис. 1. Порядок визнання стратегічних активів у вузькому розумінні в фінансовому обліку

порядок їх визнання в фінансовому обліку можна представити наступним чином (рис. 1).

Згідно запропонованого порядку (рис. 1) до складу стратегічних активів можуть відноситись як капіталізовані, так і некапіталізовані активи (ресурси) підприємства, які відповідають ряду характеристик. В залежності від рівня відповідності розглянутим характеристикам можна виділити різні види стратегічних активів в їх широкому розумінні, до яких відносяться як такі активи, що забезпечують формування довгострокових та стійких конкурентних переваг (активи 1-го рівня), а також й ті активи, що забезпечують формування невикористаних (активи 2-го рівня), тимчасових (активи 3-го рівня) та паритетних (активи 4-го рівня) конкурентних переваг підприємства.

Для визначення відповідності окремих видів стратегічних активів видам конкурентних переваг, які вони забезпечують, можна використовувати наступну модель (табл. 1).

Вищенаведена модель (табл. 1) дозволяє більш чітко розмежувати між собою стратегічні активи в їх широкому та вузькому розумінні в контексті забезпечення ними досягнення різних видів конкурентних переваг. Вона може бути покладена в основу формування бухгалтерської звітності про стратегічні активи підприємства, зокрема, в частині їх класифікації та врахування наявних запитів стейкхолдерів. Наприклад, виходячи з потреб внутрішніх стейкхолдерів, яким необхідна інформація про конкретний вид конкурентних переваг, за запитом може бути сформований необхідний управлінський звіт про стратегічні активи. Зокрема, для пошуку шляхів посилення конкурентних позицій ризик-менеджменту підприємства необхідна інформація про ті види стратегічних активів, які забезпечують одержання тимчасових конкурентних переваг, що обґрунтовується необхідністю пошуку нових шля-

Таблиця 1

Відповідність окремих видів стратегічних активів видам конкурентних переваг

Характеристики стратегічних активів				Вид конкурентних переваг	Види стратегічних активів в широкому розумінні
Цінність	Рідкісність	Неповторність	Керованість		
Ні	-	-	-	-	-
Так	Ні	-	-	Паритетні	4-го рівня
Так	Так	Ні	-	Тимчасові	3-го рівня
Так	Так	Так	Ні	Невикористані	2-го рівня
Так	Так	Так	Так	Стійкі	1-го рівня (стратегічні активи у вузькому розумінні)

хів їх забезпечення у випадку втрати такими активами своєї стратегічної ролі.

У той же час, з позиції інвесторів та позичальників важливе значення має не лише інформація про самі стратегічні активи підприємства, а також і те, які саме витрати має понести підприємство для їх відтворення, оскільки без наявності на підприємстві таких унікальних активів будуть втрачені його конкурентні переваги. Тому окрім визнання стратегічних активів в системі фінансового обліку іншою важливою проблемою, що потребує вирішення, є розробка методики їх паралельної оцінки за відновлювальною вартістю або за вартістю заміщення та відображення її в спеціалізованій звітності щодо таких активів. В фінансовій звітності стратегічні активи відображаються за первісною або справедливою вартістю, що не дозволяє відобразити потенційні ризики підприємства щодо таких активів та їх вплив на конкурентні переваги підприємства, які в цілому визначають перспективи розвитку підприємства в майбутньому, оскільки навіть справедлива вартість, виходячи з чинної моделі її розрахунку і її спрямованості на оцінку для потреб інвесторів, не забезпечує надання інформації про такі ризики. Надання інформації про стратегічні активи в таких альтернативних оцінках дозволить в грошовому вимірнику описати потенційні ризики підприємства у випадку втрати таких стратегічних активів в контексті концепції безперервності діяльності підприємства.

Якщо відновлювальна вартість стратегічних активів відображатиме суму затрат, які підприємство повинно понести для відтворення даних активів, щоб вони забезпечували реалізацію відповідного рівня конкурентних переваг, наприклад, відповідного розміру прибутку, то вартість заміщення стратегічних активів відображатиме суму затрат, які підприємство повинно бути понести для забезпечення одержання відповідного рівня конкурентних переваг, але не обов'язково за рахунок придбання ідентичних стратегічних активів. Перший вид оцінки стратегічних активів слід використовувати у випадку, коли можна відтворити точну (ідентичну) копію стратегічного активу, оскільки вони мають недостатньо високий рівень унікальності, а вартість заміщення слід використовувати у випадку неможливості відтворення його точної копії.

Як відмічає проф. Я.В. Соколов, оцінка за відновлювальною вартістю є прикладом оцінки теперішніх господарських операцій в минулому, тобто коли об'єкт обліку, одержаний раніше, відображається в сумі. В якій він оцінюється на сьогодні [6, с. 96]. Такий підхід до оцінки об'єктів обліку на думку автора є одним з варіантів наближення бухгалтерського обліку до реальності, а не як це здійснюється за допомогою історичної вартості, яка втратила свій економічний зміст. Це обґрунтовується тим, що окрім зміни цін на теперішньому етапі у порівнянні з минулим на елементи, які необхідно придбати для відтворення активу, також можуть бути понесені додаткові затрати на більш сучасні компоненти (нові матеріали, стандарти виробництва, дизайн, компонування, більш якісна обробка тощо).

Визначальною позицією при розрахунку відновлювальної вартості та вартості заміщення стратегічних активів, що пропонується нами, має бути те, що стратегічні активи повинні відображати той обсяг затрат, які підприємство повинно буде витратити у випадку

втрати конкретного стратегічного активу для того, щоб забезпечити одержання таких же конкурентних переваг, які існували при наявності такого стратегічного активу на підприємстві. Тобто, рівень конкурентних переваг, що забезпечується відповідним стратегічним активом, наприклад, відповідний обсяг доходів підприємства за певним напрямом діяльності, має бути відправною точкою, для досягнення якої має бути понесений відповідний розмір затрат.

Відповідно, при розумінні поняття відтворення точної копії стратегічного активу або об'єкта його заміщення слід виходити з принципу превалювання сутності над формою, тобто відновлення або заміщення стратегічного активу передбачає необхідність відновлення або заміщення відповідних конкурентних переваг, які забезпечуються таким стратегічним активом на сьогодні. Однак, такий підхід не завжди використовується професійними оцінювачами (Американська асоціація оцінювачів) та дослідниками. Наприклад, для визначення вартості заміщення нематеріальних активів Р.Ф. Рейлі [10, с. 43], А. Пукою та М.Л. Жилою [9] пропонується поняття «еквівалентна корисність» для підприємства, яка не дорівнює здатності стратегічних активів забезпечувати одержання відповідних конкурентних переваг, а може означати відповідність функціональним атрибутам такого активу, відповідність операційним чи економічним перевагам від його використання, здатність забезпечувати безперервну діяльність підприємства, його інвестиційну привабливість тощо.

Виходячи з таких пропозицій в фінансовому обліку стратегічні активи повинні паралельно відображатися за вартістю, яка показуватиме скільки вони коштують для підприємства виходячи з наявного на сьогодні рівня конкурентних переваг, забезпечуваних ними.

З метою формування загальної інформації про стратегічні активи підприємства для внутрішніх та зовнішніх користувачів, а також виходячи з вищевказаних пропозицій щодо класифікації стратегічних активів в широкому розумінні та їх оцінки в фінансовому обліку, запропоновано використовувати «Звіт про стратегічні активи підприємства» (табл. 2).

У запропонованому звіті (табл. 2) розкривається облікова інформація про стратегічні активи підприємства в їх широкому розумінні. Він дозволяє сконцентрувати увагу стратегічного менеджменту підприємства на тих ресурсах, які відіграють визначальну роль в генеруванні доходів підприємства та мінімізації його витрат, інформаційно підтримуючи процес розробки нових стратегій, реалізацію існуючих (підзвітність) та їх контроль, оцінку конкурентних взаємодій в прогнозованому майбутньому, подолання стратегічної організаційної інерції тощо. Окрім цього, розкриття такої інформації створює необхідні умови для підвищення ефективності інвестиційних та позикових рішень зовнішніх користувачів, оскільки інформація про стратегічні активи підприємства робить його діяльність більш прозорою з позиції різних груп стейкхолдерів, формуючи належний рівень довіри, що в цілому також сприятиме зменшенню витрат на залучення додаткового капіталу підприємством.

**Висновки і перспективи подальших досліджень в даному напрямі.** Враховуючи необхідність забезпечення більшої прозорості діяльності підприємства,

## Звіт про стратегічні активи підприємства

Стратегічні активи підприємства	Рівень активу (1-4)	Балансова вартість, тис. грн.	Відновлювальна вартість / вартість заміщення, тис. грн.
<i>I. Капіталізовані стратегічні активи</i>			
<i>1.1. Фінансові активи</i>	x		
...			
<i>1.2. Матеріальні активи</i>	x		
Виробничі активи	x		
...			
Природні активи	x		
...			
<i>1.3. Нематеріальні активи</i>	x		
...			
Разом по розділу I	x		
<i>II. Некапіталізовані стратегічні активи</i>			
<i>1.1. Матеріальні активи</i>	x		
Природні активи	x		
...			
<i>1.2. Нематеріальні активи</i>	x		
Людські активи	x		
...			
Інтелектуальні активи	x		
...			
Соціально-репутаційні активи	x		
...			
<b>Разом по розділу II</b>	<b>x</b>		
<b>Разом</b>	<b>x</b>		

особливо в контексті прийняття стратегічних рішень, на сьогодні виникла об'єктивна необхідність для розкриття додаткової інформації про ресурси підприємства, які характеризують перспективи його стратегічного розвитку. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є додаткове розкриття облікової інформації про стратегічні активи, тобто сукупність ресурсів підприємства, які забезпечують формування його конкурентних переваг. Для зовнішніх користувачів інформація про стратегічні активи має дуже важливе значення, оскільки вони є основним об'єктом стратегічного управління, забезпечуючи генерування доходів та мінімізацію витрат підприємства, що вимагає їх виокремлення зі складу інших активів підприємства та розкриття інформації про них в спеціально сформованому звіті.

У проведеному дослідженні розроблено методику ідентифікації стратегічних активів в системі обліку на основі використання моделі «VRIO» (Дж.Б. Берні, Д.Н. Кларк) та необхідність їх узагальнення в Звіті про стратегічні активи підприємства, що використовуватиметься зовнішніми стейкхолдерами для прийняття інвестиційних та позикових рішень. В основу структури запропонованого звіту покладено 6-ти компонентну структуру капіталу підприємства, визначену в міжнародному стандарті інтегрованої звітності <IR>, що забезпечуватиме інтеграцію інформації про стратегічні активи підприємства з інтегрованою звітністю, полегшуючи таким чином порядок її формування на підприємстві.

У Звіті про стратегічні активи підприємства запропоновано паралельно з первісною вартістю відобра-

жати вартість таких активів за відновлювальною вартістю або вартістю заміщення (в залежності від рівня унікальності активу), що забезпечуватиме зовнішніх користувачів необхідною інформацією щодо виникнення потенційних ризиків у випадку їх втрати.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бруханський Р. Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва [Текст] : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2014. 384 с.
2. Єршова Н. Ю. Розвиток інструментарію для реалізації прогностичної функції стратегічного управлінського обліку в управлінні підприємствами. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 694–701.
3. Жук В. М. Розвиток і модернізація інформаційно-облікової системи. Організаційно-економічна модернізація аграрної сфери: наукова доповідь / за заг. ред. акад. НААН П. Т. Саблука. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 342 с.
4. Криштопа І. І. Побудова стратегічного обліку об'єднаного бізнесу : дис. ... на здоб. наук. ступ. д.е.н. зі спец. 08.00.09 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Київ : ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», 2016. 578 с.
5. Пилипенко А. А. Організація обліково-аналітичного забезпечення стратегічного розвитку підприємства : наукове видання. Харків : вид. ХНЕУ, 2007. 276 с.
6. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет как сумма фактов хозяйственной деятельности предприятия. Москва : Магистр; ИНФРА-М, 2010. 224 с.
7. Шайкан А. В. Бухгалтерський облік у прийнятті управлінських стратегічних рішень : монографія. Київ : КНЕУ, 2009. 303 с.

8. Barney J. B., Hesterly W. S. Strategic management and competitive advantage. Concepts and Cases. 6th. ed. New York: Pearson, 2019. 368 p.

9. Puca A., Zyla M. L. The Intangible Valuation Renaissance: Five Methods. URL: <https://blogs.cfainstitute.org/investor/2019/01/11/a-renaissance-in-intangible-valuation-five-methods/>

10. Reilly R. F. Valuation of Technology-Related Intangible Assets. *Insights*. 2015. Summer. P. 37–50.

#### REFERENCES:

1. Brukhanskyi, R. F. (2014), *Oblik i analiz u systemi stratehichnoho menedzhmentu ahrarnoho pidpryemnytstva*, TNEU, Ternopil, Ukraine.

2. Jershova, N. Ju. (2016), “Rozvytok instrumentariju dlja realizacii' prognostychnoi' funkicii' strategichnogo upravlins'kogo obliku v upravlinni pidpryjemstvamy”, *Ekonomika i suspil'stvo*, № 2, s. 694–701.

3. Zhuk, V. M. (2011), *Rozvytok i modernizacija informacijno-oblikovoi' systemy, NNTs IAE*, Kyiv, Ukraine.

4. Kryshtopa, I. I. (2016), *Pobudova strategichnogo obliku ob'jednanogo biznesu*, D.Sc. Thesis of dissertation,

Accounting, Analysis and Auditing (by the type of economic activity), Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, Ukraine.

5. Pylypenko, A. A. (2006), *Organizacija oblikovo-analitychnogo zabezpechennja strategichnogo rozvytku pidpryjemstva*, Vyd. HNEU, Kharkiv, Ukraine.

6. Sokolov Ya. V. (2010), *Bukhhalterskyi uchet kak summa faktov khoziaistvennoi deiatelnosti predpriyatya*, Magistr, Moscow.

7. Shajkan, A. V. (2009), *Bugalters'kyj oblik u pryjnjatti upravlins'kyh strategichnyh rishen'*, KNEU, Kyiv, Ukraine.

8. Barney J. B., Hesterly W. S. (2019), *Strategic management and competitive advantage. Concepts and Cases*. 6th. ed., Pearson, New York, US.

9. Puca A., Zyla M. L. (2019), *The Intangible Valuation Renaissance: Five Methods*”, available at: <https://blogs.cfainstitute.org/investor/2019/01/11/a-renaissance-in-intangible-valuation-five-methods/>

10. Reilly R. F. (2015). “Valuation of Technology-Related Intangible Assets”, *Insights*, Summer, s. 37–50.

*Стаття надійшла до редакції 22 січня 2021 р.*