

УДК 334.01: 622.276: 303.423

**СОЦІОМЕТРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ СТЕЙКХОЛДЕРІВ  
НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.260219.206.390

**Попадинець І. Р., к.е.н.***Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

Проведено дослідження щодо структуризації взаємин між стейкхолдерами, обґрунтовано стейкхолдера-лідера, ступінь організованості стейкхолдерів загалом. Ефективним методом діагностування ефективності співпраці стейкхолдерів є соціометричний метод, який передбачає побудову матриць позитивного та негативного взаємовибору. Отримані дані з соціоматриць згруповано та використано для розрахунку показників, а саме: індивідуальний соціометричний індекс, який враховує ставлення стейкхолдерів один до одного; індивідуальний індекс експансивності - характеризує ступінь спілкування стейкхолдерів між собою і відображає відношення кожного одного стейкхолдера до групи стейкхолдерів цілому; індекс групової експансивності, що характеризує загальний активність взаємодії групи, виражає динаміку її життя. На основі знань індивідуальних індексів соціометричного статусу оцінено та проаналізовано становище кожного стейкхолдера при співпраці. На основі матриці позитивного взаємовибору визначено мікрогрупи при співпраці стейкхолдерів. В об'єднанні стейкхолдерів існують дві мікрогрупи: перша мікрогрупа являється діадою, в яку входять два стейкхолдери – Б і Д, друга мікрогрупа складається з 5 стейкхолдерів: В, Ж, К, М та Л. В об'єднанні стейкхолдерів виокремлено такий негативний фактор як «ігноровані». Це стейкхолдери, які отримали тільки негативні оцінки. Ними є стейкхолдери Є, І та З. Вони отримали негативну оцінку, тому, що відмовилися брати участь в соціологічному опитуванні. Більшість стейкхолдерів були б за те, щоб не мати співпраці з ними, але вони мають високий рівень соціальних інвестицій і є бажаними з професійної точки зору. Також, здійснено ранжирування соціального статусу стейкхолдерів в даному об'єднанні, яке демонструє вагомість кожного стейкхолдера при співпраці. При аналізі встановлено, що найбільшу кількість балів отримали стейкхолдери під літерою М і В, оскільки вони не є керівниками об'єднання стейкхолдерів, то вони є неформальними лідерами № 1 і № 2 відповідно. Третім в рейтингу є стейкхолдер під літерою Ж, який є діючим керівником об'єднання стейкхолдерів.

**Ключові слова:** нафтогазове підприємство; стейкхолдер; діагностика; соціоматриця; експансивність

UDC 334.01: 622.276: 303.423

**SOCIOMETRIC STUDY ON THE INTERACTION OF STEAKHOLDERS OF OIL AND GAS ENTERPRISES**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.260219.206.390

**Popadinets I., PhD in Economics***Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas*

The research was conducted on the structuring of relations between stakeholders, the leader of the steward, who was substantiated, and the degree of steadiness of the stakeholders in general. An effective method for diagnosing the effectiveness of cooperation between stakeholders is the sociometric method, which involves the construction of matrices of positive and negative mutual selection. The obtained data from the socio-matrices are grouped and used to calculate the indicators, namely: an individual sociometric index that takes into account the ratio of stakeholders to each other; individual index of expansiveness - characterizes the degree of communication between stakeholders and reflects the relationship of each one stakeholder to a group of stakeholders in general; The index of group expansiveness, which characterizes the general activity of the group's interaction, expresses the dynamics of its life. On the basis of knowledge of individual indices of sociometric status, the status of each stakeholder in cooperation is evaluated and analyzed. On the basis of a positive mutually matrix, microgroups were identified in cooperation with stakeholders. In the association of stakeholders, there are two microgroups: the first microgroup is a dyad, which includes two stakeholders - B and D, the second microgroup consists of 5 stakeholders: B, J, K, M, and L. In the association of stakeholders, such a negative factor is "ignored". These are stakeholders who have received only negative ratings. They are shareholders of E, I and Z. They were negatively evaluated because they refused to participate in the poll. The majority of stakeholders would be for not cooperating with them, but they have a high level of social investment and are desirable from a professional point of view. Also, the ranking of the social status of stakeholders in this merger is performed, which demonstrates the importance of each stakeholder in cooperation. The analysis found that the largest number of points was received by stakeholders under the letter M and B, since they are not leaders of the association of stakeholders, they are informal leaders number 1 and number 2, respectively. The third in the rating is a stakeholder under the letter of Zh, who is the current head of the association of stakeholders.

**Keywords:** oil and gas company; stacker; diagnostics; socio-matrix; expansiveness

**Актуальність проблеми.** Співпраця є ключовим фактором при взаємодії нафтогазового підприємства з різними зовнішніми контрагентами. Від їхньої співпраці залежить рівень прибутковості як нафтогазового підприємства, так і стейкхолдера [3,4]. Саме тому, необхідно діагностувати ефективність співпраці між нафтогазовим підприємством і стейкхолдером та між самим стейкхолдерами загалом. Тому вивчення пріоритетності співпраці з тим чи іншим стейкхолдером є

актуальним науковим завданням, вирішення якого дозволить нафтогазовим підприємствам працювати більш ефективно.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження заціплених сторін стає все більш актуальним, зокрема Смачило В.В. досліджувала теоретичні і прикладні аспекти щодо діагностики стейкхолдерів згідно різних методів [6], Шкроміда Н. Я. окреслила стейкхолдерів як основний фактор розвитку підприємства [9], Саприкіна М., Каба Д. та Ковальська К. розглядалися інструменти аналізу зацікавлених сторін [1; 5].

Всі запропоновані методики аналізу стейкхолдерів спрямовані на використання факторних методів для аналізу, але жодний метод не враховує психологічні особливості співпраці.

**Метою дослідження** є проведення діагностики стейкхолдерів соціометричним методом для визначення ефективності їхньої взаємодії при об'єднанні їх в групи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Стандарт AA1000SES [7] характеризує стейкхолдерів як групу, що може впливати на діяльність організації або, навпаки, здатна відчувати на собі вплив від діяльності організації, її продукції або послуг і пов'язаних із цим дій. Згідно зі стандартом ISO 26000, це особа або група осіб, заінтересованих у будь-яких рішеннях або діяльності організації [8]. Соціометрія дає змогу побачити структуру взаємин між стейкхолдерами, робити припущення щодо стейкхолдера-лідера, ступеня організованості стейкхолдерів загалом. Отримані дані з соціоматриць групуємо та отримані результати використовуємо для розрахунку показників які називаються індивідуальними соціометричними індексами [2]. Для проведення дослідження було обрано 12 стейкхолдерів, яким було задано питання для вивчення їхньої взаємодії при співпраці:

- 1 Оберіть трьох стейкхолдерів з якими Ви б хотіли співпрацювати.
- 2 Оберіть трьох стейкхолдерів з якими Ви б не хотіли співпрацювати.

Для спрощення обробки даних соціоматриці і для конфіденційності стейкхолдерів шифрують: в цьому випадку їм відповідає певна буква.

Соціоматрицю складено по першому критерію: Оберіть трьох стейкхолдерів з якими Ви б хотіли співпрацювати. В таблиці 1 наведені дані.

Таблиця 1 - Соціоматриця позитивного взаємовибору

№	Стейкхолдер	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Σ
1	А	X		+3				+2					+1	3
2	Б		X	+1		⊕3							+2	3
3	В			X				⊕1			⊕3		+2	3
4	Г			+2	X								+1	2
5	Д		⊕1			X		+3					+2	3
6	Є	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0
7	Ж		+3	⊕2				X					⊕1	3
8	З		+3	+2				+1	X					3
9	І	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0
10	К			⊕1	+3	+2					X			3
11	Л	+2		+3								X	⊕1	3
12	М							⊕2			+3	⊕1	X	3
	Σ	1	3	7	1	2	0	5	0	0	2	1	7	29
	Бали	2	5	14	1	3	0	11	0	0	2	3	18	
	Соц. статус (+)	3	8	21	2	5	0	16	0	0	4	4	25	

⊕ - позитивний взаємовибір.

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень

Проаналізуємо таблицю 1 «X» - позначка, що характеризує, що стейкхолдер не був обраний: по-діагоналі позначаємо самовибір, тобто стейкхолдер не може співпрацювати сам з собою. А горизонтальний «X» означає, що стейкхолдер відмовився брати участь в опитуванні.

Якщо стейкхолдер займає перше місце у списку іншого стейкхолдера, то від отримує +3 бали, друге - +2 бали і третє - +1 бал.

Якщо стейкхолдери обрали один одного для співпраці, то отримується позитивний взаємовибір, і округляється.

Далі сумуємо по горизонталі та по вертикалі кількість виборів, а по вертикалі, також, визначаємо баловий еквівалент. Тобто проводиться сумування отриманих балів, але зі зміненим значенням: +3 – 1 бал, +2 – 2 бали, а +1 – 3 бали.

І, останнім кроком, є визначення позитивного соціального статусу (соц. статус +): сумуємо рядок кількість виборів та суму балів (1+2, 3+5, 7+14).

Наступну соціоматрицю складаємо по другому критерію: Оберіть трьох стейкхолдерів з якими Ви б не хотіли співпрацювати. В таблиці 2 наведені дані. Таблицю складаємо аналогічно до таблиці 1, тільки з негативним взаємовибором, тобто визначаємо стейкхолдерів, які є не бажаними.

Таблиця 2 – Соціоматриця негативного взаємовибору

№	стейкхолдер	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Σ
1	А	X					-1			-2				2
2	Б		X					-1						1
3	В			X										0
4	Г		-3		X		-1			-2				3
5	Д					X				-1	-2			2
6	Є	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0
7	Ж	-2					-1	X						2
8	З								X				◇ <sup>1</sup>	1
9	І	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	0
10	К		-2							-1	X			2
11	Л											X		0
12	М			-3			-1		◇ <sup>2</sup>				X	3
	Σ	1	2	1	0	0	4	1	1	4	1	0	1	16
	Бали	2	3	1	0	0	12	3	2	10	2	0	3	
	Соц. статус (-)	3	5	2	0	0	16	4	3	14	3	0	4	

◇ – негативний взаємовибір

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Об'єднаємо отримані результати у соціоматрицях позитивного та негативного взаємовибору у таблицю 3.

Таблиця 3 – Зведена соціоматриця

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
+	+3	+8	+21	+2	+5	0	+16	0	0	+4	+4	+25
-	-3	-5	-2	0	0	-16	-4	-3	-14	-3	0	-4
Σ	0	3	19	2	5	-16	12	-3	-14	1	4	21

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень

Розраховуємо для кожного стейкхолдера ряд показників які називаються індивідуальними соціометричними індексами.

$$\begin{aligned}
 C_A &= \frac{1+1}{11} = 0,18; & C_D &= \frac{2+0}{11} = 0,18; & C_I &= \frac{0+4}{11} = 0,36; \\
 C_B &= \frac{3+2}{11} = 0,45; & C_C &= \frac{0+4}{11} = 0,36; & C_K &= \frac{2+1}{11} = 0,27; \\
 C_B &= \frac{7+1}{11} = 0,72; & C_{Ж} &= \frac{5+1}{11} = 0,55; & C_{Л} &= \frac{1+0}{11} = 0,09; \\
 C_{Г} &= \frac{1+0}{11} = 0,09; & C_3 &= \frac{0+1}{11} = 0,09; & C_M &= \frac{7+1}{11} = 0,72.
 \end{aligned}$$

Так як індекс  $C_i$  враховує ставлення стейкхолдерів один до одного і характеризує величину його престижу в різних ситуаціях, то найкращими для співпраці є 3 стейкхолдери: В і М ( $C_i = 0,72$ ), Ж ( $C_i = 0,55$ ) тому, що їхні індекси наближаються до 1. Вони користуються великою повагою та авторитетом у інших стейкхолдерів.

Індивідуальний індекс експансивності  $E_j$ :

$$\begin{aligned}
 E_A &= \frac{3+2}{11} = 0,45; & E_D &= \frac{3+2}{11} = 0,45; & E_I &= \frac{0}{11} = 0; \\
 E_B &= \frac{3+1}{11} = 0,36; & E_C &= \frac{0}{11} = 0; & E_K &= \frac{3+2}{11} = 0,45; \\
 E_B &= \frac{3+0}{11} = 0,27; & E_{Ж} &= \frac{3+2}{11} = 0,45; & E_{Л} &= \frac{3+0}{11} = 0,27; \\
 E_{Г} &= \frac{2+3}{11} = 0,45; & E_3 &= \frac{1+3}{11} = 0,36; & E_M &= \frac{3+3}{11} = 0,55.
 \end{aligned}$$

Індекс  $E_j$  - характеризує ступінь спілкування стейкхолдерів між собою і відображає відношення кожного одного стейкхолдера до групи стейкхолдерів цілому. Чим ближче до 1 або дорівнює 1, тим краще відношення стейкхолдера до групи стейкхолдерів в цілому. В даному випадку є тільки один стейкхолдер, в якої індивідуальний індекс експансивності найбільше наближається до 1, це стейкхолдер М ( $E_j = 0,55$ ).

Крім індивідуальних соціометричних індексів розраховуються ще й групові індекси.

Індекс групової експансивності E:

$$E = \frac{29 + 16}{12 * 11} = \frac{45}{132} = 0.34$$

Індекс E характеризує загальний активність взаємодії групи, виражає динаміку її життя.

Чим більше він наближається до одиниці тим інтенсивніша активність групи. Розрахунки демонструють, що  $E = 0,34$ , тому активність взаємодії в групі є середньою.

Індекс групової взаємності C:

$$C = \frac{29}{12 * 11} = \frac{29}{132} = 0.22.$$

Із проведеного розрахунку видно, що обрані для дослідження стейкхолдери не перебувають в тісному спілкуванні між собою і не є згуртованими так, як індекс C значно менший за 1.

Індекс групової інтеграції I:

$$I = \frac{12 - 3}{12} = \frac{9}{12} = 0.75.$$

Дане об'єднання стейкхолдерів інтегрує своїх членів в єдине ціле, хоча згуртованість стейкхолдерів не є великою.

Також, на основі знань індивідуальних індексів соціометричного статусу оцінюється і аналізується становище кожного стейкхолдера в об'єднанні для співпраці. За результатами даних індексів визначається «лідер – зірка» – це стейкхолдери, яка позначені буквами М і В.

Визначимо скільки мікрогруп існує в даному об'єднанні стейкхолдерів. Мікрогрупи були визначені шляхом позитивного взаємовибору. Випикуємо в стовпчик позитивні взаємовибори по горизонталі і по вертикалі та хрестикам позначаємо хто кого вибрав по горизонталі і по вертикалі. Для спрощення побудови та анонімності використовує шифри прізвищ з соціоматриць 1 і 2, де цифра це порядковий номер стейкхолдера, а літера – шифр стейкхолдера.

В об'єднанні стейкхолдерів існують дві мікрогрупи, що яскраво видно на рисунку 1. Перша мікрогрупа являється діадою, в яку входять два стейкхолдери – Б і Д, друга мікрогрупа складається з 5 стейкхолдерів: В, Ж, К, М та Л.

Але в об'єднанні стейкхолдерів є такий негативний фактор як «ігноровані». Це стейкхолдери, які отримали тільки негативні оцінки. Ними є стейкхолдери Є, І та З.

ППП	2	5	3	7	10	12	11
2 Б		X					
5 Д	X						
3 В				X	X		
7 Ж			X			X	
10 К			X				
12 М				X			X
11 Л						X	

*Рис.1 Мікрогрупи аналізованих стейкхолдерів*

*Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень*

Є та І отримали негативну оцінку, тому, що відмовилися брати участь в соціологічному опитуванні. Вони завжди відмовляється брати участь в суспільному житті об'єднанні стейкхолдерів. Більшість стейкхолдерів були б за те, щоб не мати співпраці з ними, але вони мають високий рівень соціальних інвестицій і є бажаними з професійної точки зору.

З, отримав тільки одну негативну оцінку і жодної позитивної. Тому його можна вважати ізольованим. Цей стейкхолдер є небажаним для всього об'єднання стейкхолдерів. Він намагається догодити кожному стейкхолдерів і заважає своєю набридливостю. Тому його намагаються уникати. Але, він також, добре справляється з своїми обов'язками. Тому, професійному рівні він є бажаним для співпраці. Об'єднання стейкхолдерів вирішене миритися з дискомфортом і не втрачати кваліфікованого стейкхолдера.

За допомогою таблиці 3 складаємо соціальний статус об'єднання стейкхолдерів:

- 1 М;
- 2 В;
- 3 Ж;
- 4 Д;
- 5 Л;
- 6 Б;
- 7 Г;



- 8 К;
- 9 А;
- 10 З;
- 11 І;
- 12 Є.

Проаналізуємо соціальний статус об'єднання стейкхолдерів.

Найбільшу кількість балів отримав стейкхолдер під літерою М (21 бал). Так, як цей стейкхолдер не є керівником об'єднання стейкхолдерів, то він є неформальним лідером № 1.

Другим в рейтингу є стейкхолдер під літерою В (19 балів). Цей стейкхолдер не є керівником об'єднання стейкхолдерів, а неформальний лідер № 1 вже є, то він є неформальним лідером № 2.

Третім в рейтингу є стейкхолдер під літерою Ж (12 балів). Цей стейкхолдер є діючим керівником об'єднання стейкхолдерів.

**Висновки.** Запропоновані методики діагностики стейкхолдерів нафтогазових підприємств характеризуються своєю простою у використанні та швидкістю діагностування, що дає змогу миттєво реагувати на проблемні місця у співпраці з стейкхолдерами нафтогазових підприємств. Також, для максимально ефективної оцінки ситуації пропонується використовувати групу експертів, що дозволять уникнути суб'єктивізму у прийнятті рішення щодо співпраці з конкретним стейкхолдером.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ковальська К. Сутність і особливості управління конфліктами інтересів у корпорації / К. Ковальська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – Вип. 121–122. – С. 86–89
2. Перезовова І.В. Соціометричні дослідження як інструмент інформатизації ринкової діяльності для підвищення ефективності управління нафтогазовими підприємствами /І.В. Перезовова, С.А. Побігун, І.Р. Попадинець // «Економіка та управління в нафтогазовому комплексі України: актуальні проблеми, реалії та перспективи», (Івано-Франківськ, 21-23 вересня 2016 року): Міжнародна науково-практична конференція присвячена 40-річчю кафедри менеджменту і адміністрування. - м. Івано-Франківськ: Голіней О. М., 2016. – С.189-191.

3. Попадинець І.Р. Діагностування стейкхолдерів нафтогазових підприємств / І.Р. Попадинець // Економічний простір: Збірник наукових праць. – №135. – Дніпро: ПДАБА, 2018. - 181-191
4. Попадинець І.Р. Протокол діагностування стейкхолдерів підприємств нафтогазового комплексу/ І.Р. Попадинець // Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матер. І Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції [Дубляни, 19-21 березня 2019 р.]. Дубляни: 2019
5. Саприкіна М., Каба Д. Діалог зі стейкхолдерами: рекомендації компаніям / М. Саприкіна, Д. Каба. – К. : Фарбований лист, 2011 – 475 с.
6. Смачило В.В., Колмакова О.М., Коломієць Ю.В. Процедура аналізу стейкхолдерів підприємства / Економіка та суспільство, 2017, вип. № 12
7. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами ISO 26000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/SES%20Exposure%20Draft%20-%20FullPDF.pdf>>
8. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами AA1000SES. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/SES%20Exposure%20Draft%20-%20FullPDF.pdf>>
9. Шкромиди Н. Я. Стейкхолдери як основні фактори впливу на економічний потенціал підприємства: необхідність їх обліку та аналізу / Н. Я. Шкромиди // Вісник Прикарпатського університету. Серія : Економіка. - 2014. - Вип. 10. - С. 83-87.

## REFERENCES:

- 1 Kovalska, K. (2011). Sutnist i osoblyvosti upravlinnia konfliktamy interesiv u korporatsii [The essence and features of conflict management interests in the corporation]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka - Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv*, 121–122 [in Ukrainian].
- 2 Perevozova, I.V. & Pobihun, S.A. & Popadynets, I.R. (2016). Sotsiometrychni doslidzhennia yak instrument informatyzatsii rynkovoї diialnosti dlia pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia naftohazovymy pidpryiemstvamy [Sociometric studies as a tool for informatization of market activities for improving the efficiency of management of oil and gas enterprises]. *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia prysviachena 40-richchiiu kafedry menezhmentu i administruvannia «Ekonomika ta upravlinnia v naftohazovomu kompleksi Ukrainy: aktualni problemy, realii ta perspektyvy» - International Scientific and Practical Conference is devoted to the 40th anniversary of the*

- Department of Management and Administration «Economics and Management in the Oil and Gas Complex of Ukraine: Actual Problems, Realities and Prospects»*. (pp. 189-191). Ivano-Frankivsk: Holinei O. M. [in Ukrainian]
- 3 Popadynets, I.R. (2018). Diahnostuvannia steikkholderiv naftohazovykh pidpryiemstv [Diagnosis of Stakeholders of Oil and Gas Enterprises]. *Ekonomichnyi prostir: Zbirnyk naukovykh prats - Economic Space: Collection of scientific works*, 135, 181-191. [in Ukrainian]
  - 4 Popadynets I.R. Protokol diahnostuvannia steikkholderiv pidpryiemstv naftohazovoho kompleksu [Protocol of Diagnostics of Stakeholders of Oil and Gas Complex Enterprises]. *Mater. I Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi Internet-konferentsii «Aktualni problemy suchasnoho biznesu: oblikovo-finansovyi ta upravlinskyi aspekty» -Mother. And the International Scientific and Practical Internet Conference «Current problems of modern business: accounting, financial and managerial aspects»*. (pp. 97-99). Dubliany. [in Ukrainian]
  - 5 Saprykina, M. & Kaba, D. (2011) Dialoh zi steikkholderamy: rekomendatsii kompaniiam [Dialogue with stakeholders: recommendations to companies]. *Kyiev : Farbovani lyst - Kiev: Painted sheet*. [in Ukrainian]
  - 6 Smachylo, V.V. & Kolmakova, O.M. & Kolomiets, Yu.V. (2017). Protsedura analizu steikkholderiv pidpryiemstva [The procedure for the analysis of stakeholders of the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo - Economics and Society*, 12. [in Ukrainian]
  - 7 Standart vzaymodeistvyia s zaýnteresovannymy storonamy ISO 26000. [ISO 26000 Stakeholder Interface Standard]. (n.d.). *accountability21.net*. Retrieved from: <http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/SES%20Exposure%20Draft%20-%20FullPDF.pdf>. [in Ukrainian]
  - 8 Standart vzaymodeistvyia s zaýnteresovannymy storonamy AA1000SES. [Standard of interaction with stakeholders AA1000SES]. (n.d.). *accountability21.net*. Retrieved from: <http://www.accountability21.net/uploadedFiles/publications/SES%20Exposure%20Draft%20-%20FullPDF.pdf>. [in Ukrainian]
  - 9 Shkromyda, N. Ya. (2014). Steikkholdery yak osnovni faktory vplyvu na ekonomichnyi potentsial pidpryiemstva: neobkhdnist yikh obliku ta analizu [Steakhouse owners as the main factors of influence on the economic potential of the enterprise: the need for their accounting and analysis]. *Visnyk Prykarpatskoho universytetu. Seria: Ekonomika - Bulletin of the Precarpathian University. Series: Economics*, 10, 83-87. [in Ukrainian]