

ТЕОРІЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Беренов В.С., гр. М-19м, Губицька А.О., гр. МО-17
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Л.І. Безгінова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасні підприємства знаходяться під впливом зростаючого числа суб'єктів, специфічні вимоги яких необхідно враховувати для досягнення цілей самого підприємства. Це розширює завдання менеджменту щодо організації взаємодій з цими суб'єктами і підтверджує необхідність формування системи активного управління зацікавленими сторонами або стейкхолдерами.

Цим потребам слугує теорія стейкхолдерів, яка вивчає взаємини підприємства з індивідами і / або групами, інтереси яких зачіпаються самим фактом його існування. Ця теорія нерозривно пов'язана з управлінськими процесами і їх результатами, що виникають щодо ресурсних відносин підприємства з її стейкхолдерами. Тому в рамках теорії стейкхолдерів активно застосовуються різні ресурсні концепції, а в якості одиниці аналізу часто виступає управлінське рішення.

Теорія стейкхолдерів дозволяє отримати відповіді на низку питань.

1. Хто є стейкхолдерами? Будь-яку групу або індивіда, зацікавлених в діяльності підприємства, оточує безліч інших груп та індивідів, які пов'язують з ним свої інтереси. Важливим моментом є ідентифікація зацікавлених сторін та їх значимості. При цьому орієнтуються тільки на групи впливу, які можуть зробити реальний вплив на добробут підприємства і, отже, змусити змінити його свою поведінку.

2. Що хочуть стейкхолдери? Відповідь на питання припускає ідентифікацію інтересів зацікавлених сторін. Як правило, ці інтереси пов'язані з ресурсами, які вони постачають підприємству, і ресурсами, які отримують від нього. Тому тут дуже активно використовуються різні ресурсні теорії і класифікації.

3. Як стейкхолдери домагаються реалізації своїх інтересів? У даному випадку вивчаються шляхи здійснення впливу (стратегії поведінки), що мають на меті максимальне задоволення інтересів стейкхолдерів. Можливість реалізації тієї чи іншої стратегії безпосередньо пов'язана з характером ресурсних відносин. При цьому стратегії можуть бути як стратегії нападу (стратегії впливу), так і захисні (стратегії відповіді). Вони можуть бути розраховані на реалізацію або в короткостроковому, або в довгостроковому тимчасовому інтервалі; можуть бути орієнтовані на одного єдиного стейкхолдера (точкові стратегії), або на їх групу та ін.