

КЛАСИФІКАЦІЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Кавецький Вячеслав Валерійович

ORCID ID: 0000-0001-8752-0807

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства та виробничого
менеджменту

Вінницький національний технічний університет

Україна

Анотація. На основі аналізу стейкхолдерської теорії запропоновано ідентифікацію зацікавлених сторін промислового підприємства на основі відношення до середовища його функціонування, причому при управлінні ефективністю інвестицій доцільно розглядати персонал підприємства, як частину внутрішніх стейкхолдерів.

Розглядаючи практичні аспекти управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств, дослідникам доводиться звертати увагу на відносини між зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) при забезпеченні спільних цілей та стратегічної спрямованості на розширене відтворення із залученням відповідних інвестицій. Досвід роботи вітчизняних та закордонних підприємств протягом останніх десятиліть показав, що ефективному управлінню інвестиціями сприятиме використання концепції стейкхолдерів, яка допоможе виявити ключові показники ефективності інвестицій в діяльності підприємств.

В даному плані, цікавим з наукової точки зору є дослідження інвестицій та інвестиційних процесів (як складних комплексів робіт, котрі містять визначення об'єкта інвестицій, залучення фінансових коштів, здійснення контролю за їх використанням) у контексті стейкхолдерської теорії. Тут доцільно відзначити роботу П. Кухти [1], в якій автор аналізує відомі поняття «інвестиції», систематизує види інвестицій і пропонує розглядати поняття

інвестиційної діяльності підприємства у контексті сподівань усіх зацікавлених сторін, що дозволить в подальшому отримати довготермінове зростання ринкової вартості підприємства.

Актуалізоване сучасне трактування стейкхолдерської теорії формулює Е. Фріман згідно якого, зацікавлені сторони «це ті групи, без чия підтримки організація перестала б існувати» [2], а також «це ті групи які життєво важливі для виживання та успіху організації». Значний вклад у вивчення відносин між менеджерами й зацікавленими сторонами та спосіб їхньої класифікації здійснили Р. Мітчел, Дж. Вуд та Б. Егл [3] які сформували модель для можливості логічного пояснення врахування менеджерами певних типів організацій як зацікавлених сторін і розташування пріоритетів взаємовідносин в тому числі і фінансово-інвестиційних. Однак, проведення класифікації зацікавлених сторін (стейкхолдерів) є достатньо складним завданням, тому важливо, щоб менеджери підприємства, які розробляють стратегічні плани розвитку промислового підприємства та інвестиційні проекти в тому числі, правильно їх формували для врахування інтересів та потреб кожної групи стейкхолдерів.

У відповідності до точки зору Дж. Ньюбоулда і Дж. Луффмана стейкхолдерами будь-якого підприємства будуть такі групи [4]: групи впливу, що фінансують підприємство (власники, акціонери, члени суспільства тощо); менеджери, які керують підприємством; службовці та працівники, які безпосередньо працюють на підприємстві (зокрема ті, які зацікавлені в досягненні його цілей); економічні партнери, які поділяються на тих, хто фінансово допомагає розвитку (благодійники тощо) і тих, хто є споживачами результату виробництва.

Виходячи з поведінки стейкхолдерів, на основі дослідження минулих дій груп подібного типу, окремі дослідники [5] запропонували розглядати групи, виділені на основі рівня зацікавленості та бажання співпрацювати або загрожувати організації, виділивши чотири основних типи зацікавлених сторін: підтримуючі; маргінальні; непідтримуючі; подвійно небезпечні.

У своїх дослідженнях М. Кларксон [6] вводить відмінності між стейкхолдерами на основі їхньої необхідності для підприємства, виділяючи при цьому основних і другорядних стейкхолдерів. Основні стейкхолдери – це такі зацікавлені сторони без участі яких підприємство не може вижити, забезпечуючи безперервну діяльність, причому їхні відносини з підприємством характеризуються взаємозалежністю. Другорядні – які не є життєво важливими для функціонування підприємства, вони мають добровільні відносини з підприємством.

При вивченні відносин між керівниками підприємства та зацікавленими сторонами, найбільш розповсюдженим способом класифікації стейкхолдерів вважають підхід запропонований Р. Мітчелом, Д. Вуд та Б. Еглом [3], згідно з яким використовуються три об'єктивні критерії для формування ієрархії стейкхолдерів підприємства: потужність з якою стейкхолдери можуть впливати на підприємство; легітимність стосунків зацікавлених сторін з підприємством; наполегливість стейкхолдерів у відносинах з підприємством.

У своїх дослідженнях стосовно ідентифікації стейкхолдерів А. Фрідман та С. Майлз [7] використовують два критерії для визначення взаємовідносин фірми та зацікавлених сторін. Їхня типологія відносин між підприємством та стейкхолдерами базується на двох відмінностях: сумісні чи несумісні відносини, з точки зору набору ідей та матеріальних інтересів; необхідні чи умовні відносини – причому необхідні відносини є внутрішніми для соціальної структури або для логічно пов'язаних ідей, а умовні відносини не пов'язані в єдине ціле. В результаті відповідного поєднання отримують чотири групи відносин між менеджерами підприємства та визначеними стейкхолдерами і для кожного з них застосовуються певні стратегічні дії.

Ще один з підходів до класифікації зацікавлених сторін враховує їхню позицію відносно підприємства. Згідно з дослідженнями П. Нільсона [8] стейкхолдерів можна поділити на внутрішніх і зовнішніх. Внутрішніми стейкхолдерами є особи, які безпосередньо знаходяться на підприємстві й приймають участь в управлінні, виробництві, реалізації продукції тощо.

Менеджери підприємства та співробітники є внутрішніми стейкхолдерами. Зовнішні стейкхолдери – це особи чи групи осіб, які не є працівниками підприємства й знаходяться за його межами, однак вони важливі для підприємства, для його успішності. Зовнішніми стейкхолдерами будуть замовники, урядові організації, конкуренти тощо.

Розгляд проблем пов'язаних зі стейкхолдерською теорією на теренах України розпочався дещо пізніше, порівняно зі світовою спільнотою. Узагальнені підходи до класифікації зацікавлених сторін запропонували А. Аммарі [9], А. Череп [10], О. Поплавська [11], у відповідності до яких стейкхолдери також поділяються на зовнішніх та внутрішніх. До внутрішніх належать персонал та акціонери. До зовнішніх стейкхолдерів відносяться всі інші. Окрім того стейкхолдерів поділяють на основних (власники, персонал, місцеві громади, клієнти, постачальники та бізнес-партнери), а також непрямих (засоби масової інформації, професійні об'єднання, активісти, конкуренти, некомерційні та суспільні організації). Також запропоновано розподіл зацікавлених сторін за сферами впливу – соціальна сфера, громадська сфера, економічна сфера, індустріальна та наукова сфери [9].

Провідна міжнародна організація з досліджень, консалтингу й стандартизації AccountAbility, яка з 1995 року пропонує інноваційні рішення для розв'язання проблем корпоративної відповідальності та стійкого розвитку, в розробленому стандарті AA1000 SES (2015) виділяє комплексний підхід до вивчення стейкхолдерів. Задля ідентифікації стейкхолдерів використовується метод систематизованого визначення груп зацікавлених сторін, який враховує масштаб взаємодії та такі атрибути стейкхолдерів як [12]: залежність, відповідальність, терміновість, вплив, різноманітність перспектив. Наведена методика дозволяє достатньо глибоко класифікувати стейкхолдерів підприємства загалом, але при вивченні персоналу підприємства як окремої групи зацікавлених сторін надасть можливість тільки додаткового уточнення характеристик певної категорії.

Враховуючи відповідні дослідження запропонуємо ідентифікувати зацікавлені сторони промислового підприємства на основі відношення до середовища його функціонування. Вважатимемо, що середовище функціонування підприємства є сукупністю певних чинників і обставин, які знаходяться як усередині, так і поза ним, і впливають на прийняття рішень. Причому структура середовища підприємства представляється сукупністю трьох елементів: макросередовища, мікросередовища та внутрішнього середовища. Макро- та мікросередовище є зовнішнім середовищем функціонування підприємства.

Охарактеризуємо групу зовнішніх стейкхолдерів підприємства на основі їхньої ідентифікації у відповідності приналежності до зовнішнього середовища функціонування підприємства.

Зовнішні стейкхолдери мікросередовища – класичні акціонери, постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, «контактні аудиторії». Особливістю зацікавлених сторін мікросередовища є інтенсивність та постійний характер впливу, спрямованість на зміну базових внутрішніх складових підприємства тощо.

Зовнішні стейкхолдери макросередовища – міноритарні акціонери, громадськість загалом, майбутні покоління, несоціальні стейкхолдери. Особливістю зовнішніх стейкхолдерів макросередовища є високий рівень варіативності, невизначеності та непередбачуваності, що зумовлено їхньою опосередкованою дією на суб'єкт господарювання.

Детальніше розглянемо та охарактеризуємо групу внутрішніх стейкхолдерів підприємства на основі їхньої ідентифікації у відповідності приналежності до внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Внутрішнє середовище підприємства є сукупністю чинників, які створюються та контролюються ним, визначають його внутрішній стан, сильні і слабкі сторони, значною мірою впливають на ефективність його функціонування. Спираючись на це визначення та застосовуючи його до зацікавлених сторін, ідентифікуємо групу внутрішніх стейкхолдерів

промислового підприємства. До них можна віднести внутрішніх акціонерів, внутрішніх співвласників, управлінський персонал, промислово-виробничий персонал і непромисловий персонал.

Наведена класифікація, в основному, ґрунтується на застосовуваному на промисловому підприємстві розподілі працівників службами управління персоналом, тому виділення відповідних груп стейкхолдерів, ідентифікація їхніх інтересів, індивідуальні особливості, потенційні запити та багато інших даних, які необхідні для ефективної роботи зі стейкхолдерами, можуть бути отримані без додаткових обсягів досліджень, на основі наявної інформації, що в практичній діяльності підприємства надзвичайно важливо. Такий підхід суттєво спростить ідентифікацію частини внутрішніх стейкхолдерів підприємства та підвищить ефективність роботи менеджерів в процесах стратегічного планування, управління проектами та визначенні ефективності інвестицій у людський та інтелектуальний капітал підприємства.

Висновки. Менеджери та працівники підприємства є його стейкхолдерами і інвестування коштів у їх розвиток слугує перспективі стабільної та ефективної діяльності підприємства в майбутньому. На нашу думку, аналізуючи взаємодію та вплив внутрішніх стейкхолдерів промислового підприємства, необхідно враховувати те, що передбачувані витрати на забезпечення інтересів зацікавлених сторін (працівників підприємства), які не володіють часткою майна, повинні впливати на ефективність діяльності підприємства. Ці витрати впливають на поточну прибутковість для власників, а потенційна стійкість підприємства від виконання інтересів внутрішніх стейкхолдерів, які стосуються майбутнього успіху підприємства, також має впливати на реакцію інвесторів, оскільки стійкість може забезпечити зростання прибутку власників (акціонерів) у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Кухта П. Трактуння поняття «Інвестиції»: класичний і сучасний підходи / П. Кухта // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2011. – Вип. 121–122. – С. 29-33.
2. Freeman R. Edward. Strategic Management: A stakeholder approach / R. Edward Freeman. – Boston : Pitman, 1984. – 276 p.
3. Mitchel R. K. Towards a theory of stakeholders identification and salience: defining the principle of who and what really counts / R. K. Mitchel, J. D. Wood, B. R. Agle // Academy of Management Review. – 1997. – № 4. – vol. 22. – P. 853 - 887.
4. Newbould G. Successful Business Politics / Newbould, G. and Luffman, G. – Gower, London, 1989. – 78 p.
5. Savage G. Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders / Savage, Grant & Nix, Timothy & Whitehead, Carlton & Blair, John // Academy of Management Perspectives. – 1991. – № 5. – P. 61-75.
6. Clarkson M. B. E. A stakeholder framework of analyzing and evaluating corporate social performance / M. B. E. Clarkson // Academy of Management Review. – 1995. – №20 (1). – P. 92-117.
7. Friedman A. Developing Stakeholder Theory / A.Friedman, S.Miles // Journal of Management Studies. – 2002. – № 39. – P. 1-21. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.researchgate.net/publication/227375374>
8. Nilsson P. Managing stakeholder requirements in a product modelling system / Nilsson, Patrik & Fagerström, Björn // Computers in Industry. – 2006. – № 57. – P. 167-177.
9. Аммарі А. О. Класифікація стейкхолдерів на основі взаємних очікувань / А. О. Аммарі // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – №8. – С. 150–155.
10. Череп А. В. Врахування інтересів стейкхолдерів при управлінні ефективністю діяльності підприємства / А. В. Череп, С. В. Северина // Міжнародна економічна політика. – 2012. – Спец. вип. : Ч. 1. – С. 596–602.

11. Поплавська О. В. Роль стейкхолдерів у діяльності підприємства / О. В. Поплавська // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – 2017. – Т. 22, вип. 12 (65). – С. 114-118.
12. AccountAbility Releases Global Standard in Stakeholder Engagement. AccountAbility New York, November 16, 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.accountability.org/wp-content/uploads/2016/10/AA1000SES_2015.pdf