

УДК 65.012.65

Полінкевич О.М. д.е.н., професор

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ПОНЯТТЯ «СТЕЙКХОЛДЕР» У СИСТЕМАХ РОЗВИТКУ

В статті зазначено, що зростає інтерес до побудови систем розвитку, які виходять за рамки споживачів чи постачальників ресурсів як єдиних центрів побудови взаємовідносин, і зосереджує увагу на усіх зацікавлених у співпраці сторонах. Встановлено дві групи вчених, які тлумачать стейкхолдерів з позицій пріоритету інтересів зацікавлених осіб та управління взаємодіями між різними сторонами. Подано авторське визначення, яке ґрунтується на впливові на ресурсний обмін та вивченні процесів у системі, акцентуванні уваги на управлінських рішеннях, отриманні соціо-еколого-економічний ефекту при взаємодії

Ключові слова: система розвитку, управління, стейкхолдер, соціо- еколого-економічний ефект, ресурсний обмін.

Polinkevych O.

HISTORICAL PREREQUISITES OF STAKEHOLDER DEVELOPMENT IN DEVELOPMENT SYSTEMS

The article states that there is growing interest in building systems that go beyond consumers or suppliers of resources as the sole centers of relationship building, and focuses on all interested parties in the cooperation. Two groups of scholars have been identified to interpret stakeholder interests from a stakeholder perspective and to manage interactions between different parties. The author's definition is given, which is based on the influence on the resource exchange and the study of processes in the system, emphasis on management decisions, obtaining socio-ecological-economic effect in the interaction.

Stakeholder theory or stakeholder theory is one of the theoretical areas in management that shapes and explains the strategy of firm development in terms of

taking into account the interests of so-called stakeholders.

It should be noted that there are two schools of stakeholder theory. The first school prioritises the interests of stakeholders. Its representatives believe that if the interests of the stakeholders are not properly taken into account, it can lead to unexpected problems and uncertainty. Accordingly, development systems will not be built in society as the interests of all stakeholders will not be taken into account. Second School focuses on human relations within stakeholder management and insists on managing interactions between different parties. This idea is underpinned by a theory that aligns project management with organizational strategy. It should be borne in mind that the development system has relationships with a large number of stakeholders who make up its environment (external and internal) and influence project decisions; stakeholder theory examines the processes and outcomes of resource sharing in the developmental system between all stakeholders; the interests of all stakeholders can potentially be taken into account and satisfied; theory accepts managerial decisions. Stakeholder means individuals and / or legal entities that influence the resource exchange and study the processes in the system, focus on management decisions, will have socio-ecological-economic effect upon interaction.

Keywords: system of development, management, stakeholder, socio-ecological-economic effect, resource exchange.

Полинкевич О.Н.

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПОНЯТИЯ «СТЕЙКХОЛДЕР» В СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ

В статье указано, что растет интерес к построению систем развития, которые выходят за рамки потребителей или поставщиков ресурсов как единых центров построения взаимоотношений, и сосредоточивает внимание на всех заинтересованных в сотрудничестве сторонах. Установлены две группы ученых, которые объясняют стейкхолдеров с позиций приоритета интересов заинтересованных лиц и управления взаимодействиями между различными сторонами. Представлено авторское определение, основанное на воздействии на ресурсный обмен и изучении процессов в системе, акцентировании внимания на управленческих решениях, получении социо-эколого-экономический эффект при взаимодействии

Ключевые слова: система развития, управления, стейкхолдеры, социо-эколого-экономический эффект, ресурсный обмен.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Сьогодні у науковій літературі зростає інтерес до побудови систем розвитку, які виходять за рамки споживачів чи постачальників ресурсів як єдиних центрів побудови взаємовідносин, і зосереджує увагу на усіх зацікавлених у співпраці сторонах (stakeholder marketing). В основі такої взаємодії є системний та стейкхолдерський підходи

(stakeholder theory), які розвиваються у рамках теорії управління організацією через цінності (value based management). Вона надає нові можливості для ефективної взаємодії усіх зацікавлених сторін та отримання додаткових вигод.

Зважаючи на це варто приділити увагу історичному виникненню поняття «стейкхолдер» та забезпеченні єдиної її експлікації. Завдяки цьому покращиться розуміння основних категорій та полегшиться ідентифікація стейкхолдерів для кожного суб'єкта системи розвитку.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Значний внесок у розвиток окремих аспектів управління стосунками із зацікавленими сторонами, що визначають його теоретичний і методологічний базис, внесли такі зарубіжні учені: Е. Фрімен, П. Данселмі, Р. Акофф, Дж. Барні, Р. Грант, Т. Джонс, А. Уїкс, Л. Престон, Т. Дональдсон та ін. Науковцями визначено зміст і місце теорії зацікавлених сторін у системі поглядів на підприємство, сформульовано її основні поняття, досить широко висвітлено питання визначення основних стейкхолдерів і кола їх інтересів. Разом із тим, недостатня розробленість теоретичних положень цієї теорії та підходів до її практичного застосування сьогодні ще залишає простір для дискусій.

Цілі статті. Враховуючи складну природу поняття «стейкхолдер», поліаспектність його змістовного наповнення, а також відсутність виражених підходів до єдиної експлікації цього поняття, виникає необхідність дослідження цих систем через необхідність визначення чіткового переліку стейкхолдерів у системах розвитку. Це забезпечить єдину експлікацію понять, сприятиме формуванню ефективних підходів до розробки системи розвитку. Поза дослідженнями вчених залишається багато суперечливих і водночас актуальних питань щодо цієї проблеми. Тому вважаємо необхідним сконцентрувати увагу і обґрунтувати авторську позицію щодо цього питання.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Теорія стейкхолдерів або теорія зацікавлених сторін - одне з теоретичних напрямів у менеджменті, яке формує і пояснює стратегію розвитку

фірм з точки зору врахування інтересів так званих стейкхолдерів. Вперше згадка про групи економічного впливу з'явилась у працях німецького соціального теоретика J. Althusius, який ввів поняття «stakeholder» (власник частки) в наукову літературу [11]. Деякі форми теорії стейкхолдерів існували з часів заснування теорії «індустріалізму». Зважаючи на відносну давність поняття «stakeholder», воно зазнавало суттєвих змін та суттєво розвинулось протягом періоду свого існування. У XX-XXI ст. було запропоновано значну кількість визначень поняття «stakeholder». Термін «стейкхолдер» був використаний у працях науковців Стенфордського науково-дослідного інституту у 1984 р. Дж. Ньюбоулд та Дж. Луффман (1989) вважали, що стейкхолдерами є особи, які фінансують підприємство, керують ним, працюють на ньому та допомагають розвитку [10, с. 78].

Широкого застосування набула з появою робіт Фрімена. Теорія зацікавлених сторін бере свій початок у 1984 р. від роботи Фрімена «Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених сторін» [6], в якій автор формулює нове поняття «зацікавлена сторона» (stakeholder, стейкхолдер). Фрімен пропонує гіпотезу, що організацію та її оточення може бути подано як набір зацікавлених в її діяльності сторін, інтереси та вимоги яких повинні враховуватись менеджерами. Основними такими сторонами є власники та акціонери, покупці продукції або споживачі послуг, постачальники ресурсів, працівники підприємства, місцеве співтовариство, суспільні групи, держава, організації. Розвиток теорії стейкхолдерів у 1992 р. продовжилася у концепції «розширеного підприємства», запропонованій С. Хіллом та Т. Джонесом [7, с. 131-154].

Обґрунтовуючи концептуальні положення теорії зацікавлених сторін, Т. Дональдсон і Л. Престон у своїй праці «Стейкхолдерська теорія фірми: поняття, обґрунтування, імплікація» (1995) визначають декілька її відмінностей від інших теорій [5, с. 66]:

1. Теорія зацікавлених сторін призначена одночасно описувати й визначати структуру і функціонування певного підприємства.

2. Теорія зацікавлених сторін розглядає підприємства як

певний організаційний об'єкт, через який численні і різноманітні учасники вирішують свої численні завдання.

3. Теорія зацікавлених сторін є загальною і всебічною, але у той же час має і практичну цінність.

Р. Мітчела, Б. Егла та Д. Вудса (1997) стверджують, що стейкхолдери характеризуються трьома властивостями: владою, легітимністю, терміновістю вимог [9].

Як відзначають Дж. Пост, Л. Престон і С. Сакс у 2002 р., відносини зі стейкхолдерами являють собою «найважливіший актив, яким повинні управляти менеджери, і кінцеве джерело організаційного багатства» [13; 14]. Саме ці взаємини між групами й індивідами, зацікавленими в діяльності конкретного підприємства, досліджує теорія зацікавлених сторін. З точки зору будь-якої сторони, підприємство постає як сукупність інтересів і стосунків інших сторін. Теорію майже не цікавить власне підприємство, хоча вона й розрізняє пов'язані з ним бізнес-процеси та їх результати. Теорія спрямовується виключно на зацікавлені сторони.

У 2011 р. П. Данселмі значно розширив суть поняття, охарактеризувавши стейкхолдерів як «людей або групи, які або добровільно або ненавмисно піддаються впливу ризику, що виникає у зв'язку з діями фірми» [1, с.27]. На думку Г. Халта, логіка теорії стейкхолдерів в цілому спирається на припущення, які описують відносини між підприємством і його середовищем [8].

Розуміння «stakeholders» як групи економічного впливу випливає із перекладу з англійської мови цього поняття. «Stakeholder» в перекладі з англійської означає «організатор спільної справи». Крім того, це слово складається із двох частин «stake» та «holder». «Stake» означає частка, а «holder» власник, тобто прямий переклад терміна «stakeholder» означає власник частки, інтересу або власності [6, с. 5]. Одночасно економічне розуміння терміну «stakeholder» передбачає наявність впливу соціально-економічного суб'єкта на діяльність організації [6, с. 5]. Відповідно, приналежність таких суб'єктів до певного аспекту діяльності організації фактично формує групу. Наприклад, набір споживачів, постачальників або державних органів споживачів та оточує декілька неурядових організацій. І. Олексів, В. Харчук

термін «stakeholders» розглядати як групу соціально-економічних суб'єктів, вплив яких на діяльність підприємства (аспект діяльності підприємства) є подібним та може реалізовуватися через інтерес та право власності в діяльності організації [3]. Варто пам'ятати, що до групи економічного впливу може належати один соціально-економічний суб'єкт (стейкхолдер). У такій ситуації поняття «stakeholder», «stakeholders» та «група економічного впливу» є синонімами.

У 2012 р. А.О. Аммарі зазначає, що стейкхолдерами компанії є всі особи або групи осіб, які є об'єктами або суб'єктами діяльності та політики компанії як на місцевому, так і глобальному рівнях. Стейкхолдерами вважається будь-яка особа або група осіб, які можуть допомогти в розробці пропозицій щодо підвищення комерційної та суспільної ефективності підприємства [1, с.151].

У 2018 р. Р. Камінський, О. Полінкевич розглядали поведінку суб'єктів господарювання та формування їхнього іміджу через взаємодію в умовах поведінкової економіки [12].

Висновки. Слід відзначити наявність двох шкіл теорії стейкхолдерів. Перша школа ставить пріоритет інтересам зацікавлених осіб. Її представники вважають, що якщо інтереси зацікавлених осіб не буде достатньо враховано, це може призвести до несподіваних проблем та невизначеності. Відповідно системи розвитку не будуть побудовані у суспільстві, оскільки не будуть враховані інтереси всіх зацікавлених сторін. Друга школа концентрується на людських стосунках в межах стейкхолдер-менеджменту і наполягає на управлінні взаємодіями між різними сторонами. Ця ідея підкріплена теорією, що узгоджує проектний менеджмент з організаційною стратегією. Слід враховувати, що система розвитку має відносини з великою кількістю стейкхолдерів, які складають її оточення (зовнішнє і внутрішнє), та впливають на проектні рішення; теорія стейкхолдерів вивчає процеси та результати ресурсного обміну у системі розвитку між усіма стейкхолдерами; інтереси усіх стейкхолдерів потенційно можуть бути взяті до уваги та задоволені; теорія акцентує управлінські рішення. Під стейкхолдером розуміємо фізичних та/або юридичних осіб, які впливають на ресурсний обмін та вивчають процеси у системі, акцентують увагу на управлінських

рішенням, отримують соціо-еколого-економічний ефект при взаємодії.

1. Аммарі А. О. Класифікація стейкхолдерів на основі взаємних очікувань. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 8. С. 150-155.
2. Гаценко Л.В. Теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів): історія розвитку та проблемні питання для подальших досліджень. Водний транспорт. 2016. Вип. 1. С. 156-160
3. Олексів І., Харчук В. Теоретико-методологічні засади управління підприємством на засадах урахування інтересів стейкхолдерів. *Демократичне врядування*. 2014 .Вип. 13.
4. D'Anselmi P. Values and Stakeholders in an Era of Social Responsibility. Free Press, New York, NY. 2011. p. 27.
5. Donaldson T., Preston L. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, 1997. # 1, p. 65-66.
6. Freeman E. Strategic Management. A Stakeholder Approach. Boston : Pitman, 1984. 231 p.
7. Hill C. W. L., Jones T. M. Stakeholder-agency theory. *Journal of Management Studies*. 1992. # 29 (2). p. 131-154.
8. Hult G. T., Mena J. A., Ferrell O. C., Ferrell L. Stakeholder marketing: a definition and conceptual framework. *AMS Review*. 2011. № 1. p. 44-65.
9. Mitchell R.K., Agle B.R., Wood D.J. «Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*. 1997. Vol. 22. № 4. p. 853-886.
10. Newbould G., Luffman G. Successful Business Politics, Gower, London, 1989. p. 78.
11. Orts E. A North American Legal Perspective on Stakeholder Management Theory. Perspectives on Company Law / F. M. Patfield (ed). London : Kluwer, 1997. 498 p.
12. Polinkevych O., Kaminski R. Corporate image in behavioral marketing of business entities. *Innovative Marketing*. 2018. Volume 14, Issue 1. https://businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/10320/IM_2018_01_Polinkevych.pdf.
13. Post J.E., Preston L., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth, Stanford University Press, California. 2002. p. 320.
14. Preston L. Boards and Company Performance - Research Challenges the Conventional Wisdom. *Corporate Governance: an International Review*. 2004. Vol. 11, # 3, p. 151.

