

Силкіна Юлія,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
y.sylkina@knute.edu.ua

Шудра Карина,
студентка 4-го року навчання
Київського національного торговельно-економічного університету

ДІАЛОГ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Ключові слова: стейкхолдери, підприємство, управління, партнерські відносини, стратегічні цілі.

Анотація. У роботі проаналізовано значення стейкхолдерів у розвитку та становленні бізнесу. Визначено можливості впливу стейкхолдерів на формування стратегічних цілей підприємства. Обґрунтовано, що підприємство повинно вести діалог зі стейкхолдерами, гармонійно з ними співпрацювати та завоювати їх довіру і авторитет.

Sylkina Yuliia,
Ph.D., Associate Professor,
Management Department,
Shudra Karyna,
student of the 4th year of study
Kyiv National University of Trade and Economics

DIALOGUE WITH STAKEHOLDERS AS THE MAIN DIRECTION OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY

Keywords: stakeholders, enterprise, management, partnership, strategic goals.

Abstract. The importance of stakeholders in business development and formation is analyzed in the work. The possibilities of the influence of stakeholders on the formation of strategic goals of the enterprise are determined. It is substantiated that the company should have a dialogue with stakeholders, cooperate harmoniously with them and gain their trust and authority.

У наш час, актуальними залишаються такі питання як покращення ефективності, залучення кваліфікованого персоналу, збільшення прибутковості та вдосконалення конкурентоспроможності підприємства. Ці питання цікавлять будь-яку компанію, яка прагне досягти найкращих показників свого функціонування. Оскільки кожна організація в своїй діяльності взаємодіє з багатьма контрагентами, то важливо брати до уваги їх інтереси,

побажання і бачення співпраці. Метою будь-якого підприємства є збалансоване довгострокове задоволення інтересів не лише кінцевого споживача, але і зацікавлених сторін підприємства, які називаються стейкхолдерами.

Стейкхолдери – це особа або група осіб (юридичні або фізичні особи), яка має інтерес у фінансових та інших результатах діяльності підприємства та здатна здійснювати на неї вплив. Основними стейкхолдерами прийнято вважати власників компаній, споживачів, працівників, менеджерів, конкурентів, акціонерів, інвесторів, постачальників, засоби масової інформації, урядові організації та організації місцевих громад [1].

Стейкхолдерів можна поділити на 4 групи: низька зацікавленість/низький вплив (А), висока зацікавленість/низький вплив (В), низька зацікавленість/високий вплив (С) і висока зацікавленість/високий вплив (D) (рис.1).



Рис.1. Карта стейкхолдерів

Найбільш вагомими групами зацікавлених сторін слід вважати акціонерів, інвесторів, постачальників, клієнтів (споживачів), менеджерів і працівників, державні (урядові) структури. Інтереси інших зацікавлених сторін доцільно враховувати вибірково. Зацікавлені сторони (стейкхолдери) розглядаються також як активні учасники процесу цілеутворення у сучасних компаніях [1].

Розглянемо на прикладі компанії Syngenta успішний досвід залучення стейкхолдерів (рис.2). Компанія Syngenta – світовий лідер агробізнесу, працює над залученням стейкхолдерів та вирішенням різних екологічних і соціальних питань. Syngenta розробила нову стратегію роботи зі стейкхолдерами, а саме проводить зустрічі для визначення їх потреб та узгоджує подальший план партнерства. Через інтерес компанії до потреб стейкхолдерів, коло важливих стейкхолдерів з кожним роком тільки зростає [2].



Рис.2. Стейкхолдери компанії Syngenta

Менеджери компаній мають усвідомлювати взаємозалежність своїх дій і їх результатів, які впливають на стейкхолдерів, повинні прагнути до досягнення справедливого розподілу між зацікавленими сторонами вигод і обов'язків, пов'язаних з діяльністю корпорації, беручи до уваги відповідні ризики і ступінь уразливості зацікавлених сторін, адже конфлікт з будь-яким стейкхолдером може негативно вплинути на роботу підприємства та її кінцевий результат [1]. Наприклад, можливе нехтування умов договору з постачальниками може призвести до затримання поставок, зростання браку та в кінцевому результаті припинення співпраці. Розріз інтересів та бачення співпраці, розходження в кінцевих цілях зі співробітниками може призвести до зменшення ефективності роботи компанії, скорочення кваліфікованих кадрів та відсутності стимулу для збільшення прибутковості компанії. Збільшення податків, відсутність підтримки, наявність високого рівня корупції та динамічність законодавства впливає на взаємозв'язок, ефективність виконання своїх обов'язків перед державою та довіру компаній до влади. Нехтування смаками та побажаннями споживачів вплине на кількість майбутніх клієнтів та зменшення прибутку і конкурентоспроможності підприємства.

Отже, багато в чому успіх компанії залежить від її взаємозв'язків зі стейкхолдерами. Підприємство повинно існувати в гармонійному оточенні зацікавлених сторін, підтримувати баланс між ними та не створювати конфліктних ситуацій, які можуть негативно вплинути на досягнення цілей організації. Важливо також враховувати, що стейкхолдери – це джерело “життєвої сили” для бізнесу і для його наповнення й підтримання потрібно включати конкретні механізми моніторингу та задоволення потреб впливових зацікавлених сторін. Створивши цінність для ключових стейкхолдерів, організація матиме авторитет і здійснить вклад у розвиток економіки своєї країни.

Список використаних джерел

1. Хто такі стейкхолдери і як враховувати їх вигоди, переслідуючи свої інтереси . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strategi.com.ua/event/steykkholdery-ikh-vyhody-vashi-interesy/>
2. КСВ компанії «Сингента». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.syngenta.ua/socialna-vidpovidalnist>

Соболєва Тетяна,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
tetiana.sobolieva@kneu.ua

Буркацький Микита,

здобувач магістратури «Менеджмент бізнес-організацій»
nickbur357@gmail.com
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ВИКЛИКИ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ключові слова: управління, малий бізнес, розвиток, виклики в управлінні.

Анотація: дослідження спрямовано на розгляд основних викликів, з якими стикається малий бізнес в процесі управління розвитком, зокрема обумовлених сучасними ринковими умовами та світовими трендами.

Sobolieva Tetiana,

Ph.D., Associate Professor, Management Department,

Burkatskiy Mykyta,

master's student "Management of business organization"
SHEI KNEU named after Vadym Hetman

CHALLENGES TO SMALL BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT

Keywords: management, small business, development, challenges in management.

Abstract: the paper address the main challenges faced by small businesses in the development management process, in particular due to current market conditions and global trends.

В структурі економік розвинених країн значне місце посідає малий та середній бізнес. Таким чином, підприємництво може виступати вагомим джерелом зростання ВВП, розвитку економіки та вирішення проблеми працевлаштування активного трудового населення [1,2]. В Україні інститут малого підприємництва вимагає суттєвої підтримки та розвитку, як з боку державних органів, так і сектору освіти [3]. Карантинні обмеження, спричинені пандемією COVID-19, призвели до суттєвого загострення соціально-економічних проблем як в суспільстві, так і в бізнесі. Розвиток компаній, а доволі часто й