

Підбиваючи підсумок, необхідно зазначити, що ризик як суб'єктивно-об'єктивна категорія є невід'ємною беззаперечною частиною будь-якого напряму та виду господарської діяльності підприємства. Його вплив слід враховувати у прогнозуванні економічних наслідків рішень, які приймаються суб'єктом, а також поведінки споживачів, конкурентів. Використання сучасних методик оцінювання ризику інноваційних проектів дають більш об'єктивну інформацію по впливу ризику на ефективне забезпечення проведення інноваційної діяльності на підприємстві [5]. Тому необхідно комплексно оцінювати ризик в діяльності підприємства, обґрунтовано вибирати інноваційні проекти, а також розроблювати рекомендації щодо обмеження ризику при їх реалізації. Це сприятиме більш дієвому обмеженню ризику в діяльності підприємств, її успішнішому здійсненні, а отже, частковому усуненню перешкод до її активізації на вітчизняних підприємствах.

Список використаних джерел

1. Логвінова О.П. Оцінка ризику в інноваційній діяльності на основі критерію ризикостійкості інноваційного потенціалу підприємства / О.П. Логвінова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Науковий журнал. – 2011. – № 10(1) – С.162-165.
2. Бриндзя О. З. Врахування економічного ризику в управлінні підприємством/ О. З. Бриндзя // Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання.- 2014. - № 1 – С.16-18.
3. Кулагин О. А. Принятие решений в организациях : учеб. пособие./ О. А. Кулагин– СПб. : Изд. дом «Сентябрь», 2001. – 148 с.
4. Донець Л. І. Науково-методичний інструментарій управління економічною стійкістю підприємства з урахуванням ризику / Л. І. Донець, О. В. Сергєєва // Економічний нобелівський вісник, 2014. – № 1 (7). – С. 148-154.
5. Латкіна С.А. Ризик у підприємницькій діяльності: колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. М.В.Шарко. – Херсон: ПП Вишемирський В.С., 2014. – С.135-142.

Лєзіна Анастасія

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Lezya86@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ ТА СТЕЙКХОЛДЕРІВ

Анотація. Сучасні тенденції розвитку економічного середовища спонукають підприємства повсякчас бути в тренді та відповідати основним потребам оточуючих. В даному напрямі однією з форм є налагодження та підтримка взаємозв'язків підприємств та його основних стейкхолдерів. Представлене напрацювання висвітлює основні етапи процесу аналізу та управління зацікавленими сторонами. В рамках кожної дії окреслено коло інструментарію, що використовувався в минулому та визначені сучасні інновації та нововведення, що можуть значним чином скоротити витрати на матеріальні та не матеріальні ресурси підприємства.

Ключові слова: підприємство, стейкхолдери, управління зацікавленими сторонами.

Liezina Anastasiia

PhD, Senior Lecturer Department of Management

SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

Lezya86@gmail.com

FORMATION OF MODERN RELATIONSHIPS OF ENTERPRISES AND STAKEHOLDERS

Abstract. Current trends in the economic environment are forcing businesses to stay on track and meet the basic needs of others. In this direction, one of the forms is to establish and support the interconnections between the enterprises and its main stakeholders. The experience presented highlights the key stages of the stakeholder analysis and management process. Each action outlines a range of tools used in the past and identifies current innovations and innovations that can significantly reduce the cost of material and non-material resources of an enterprise.

Keywords: enterprise, stakeholders, stakeholder management.

В сучасних умовах ринкових взаємовідносин підприємствам постійно потрібно підтверджувати власну репутації та намагатись підтримувати конкурентні позиції на ринку. Одним з напрямів, що забезпечує дані дії є постійний пошук збалансованих взаємовідносин направлений на налагодження зв'язків зі стейкхолдерами. До того ж до числа зацікавлених

сторін необхідно відносити не лише зовнішніх осіб, таких як конкуренти, постачальники, підрядники, споживачі, громадськість, оточення, а й внутрішніх.

Співпраця компаній з зацікавленими сторонами, що засновані на довірі та врахуванні їх інтересів під час прийняття управлінських рішень є передумовою стійкого розвитку підприємств в довготривалій перспективі. За теорією стейкхолдерів всіх представників варто ототожнювати з неформальною коаліцією [1], тому ми вважаємо що потрібно першочергово з'ясовувати наміри та відношення сторін до підприємства та його діяльності, а вже потім групувати стейкхолдерів у відповідності до співпадіння їх інтересів [2]. Таким чином, в подальшому можливо спрогнозувати дії підприємства, визначити ймовірні наслідки співпраці з зацікавленими сторонами та спираючись на це окреслити напрям подальшого стійкого розвитку компанії.

В результаті огляду літературних джерел [3, 4, 5] було з'ясовано, що взаємовідносини підприємств та стейкхолдерів можуть бути найбільш продуктивними лише в тому випадку коли є постійний цілеспрямований процес управління зацікавленими сторонами. Так, за концепцією засновника теорії зацікавлених сторін Е. Фрімена [6] виокремлені наступні етапи процесу аналізу та управління стейкхолдерами. А саме:

1. ідентифікація всіх зацікавлених сторін;
2. виявлення їх ключових потреб;
3. аналіз інтересів та вплив кожної зацікавленої особи;
4. формування дій для управління їх очікувань;
5. виконання запланованих дій;
6. аналіз результатів управління.

Вже багато років вищенаведене є досить розповсюдженим інструментом, який застосовується на практиці. Але з моменту оприлюднення даної інформації минуло досить багато часу, а зважаючи на сучасне швидкоплинне середовище та цифровізацію вважаємо за потрібно більш детально зупинитись на кожному пункті процесу управління зацікавленими сторонами та представити більш сучасний інструментарій, що може застосовуватись. А саме:

1. Ідентифікація зацікавлених сторін. Дана дія є першим кроком для визначення напрямів співпраці підприємств зі стейкхолдерами, тому на нашу думку не можна нівелювати або зверхньо відноситись до визначення потенційного кола зацікавлених сторін. До недавнього часу використовували різні методи та способи, такі як усне анкетування, письмові запити або спостереження оточення. Наразі більш актуальним є застосування відкритих інформаційних джерел та пошук інформації щодо потенційних

зацікавлених сторін, що відносяться до сфери діяльності бізнесу в державних базах. Представлені способи можуть значно скоротити час на пошук та обробку інформації, а також трудовозатрати працівників, які опікуються даним питанням.

2. Виявлення ключових потреб зацікавлених осіб. Найбільш розповсюдженим методом, що застосовується на даному етапі є проведення анкетування та опоросів. В минулому дані дії або виконувались поверхово, або взагалі визначались суб'єктивно менеджером. Це пов'язано в першу чергу зі значними затратами на використання ресурсів (як матеріальних, так і не матеріальних). На разі з появою відкритих платформ для проведення онлайн-опитувань, тестувань та заповнення форм у відповідності до поставлених питань є можливим скорочення часу, усунення помилок, які спричинені людським фактором, що в сукупності підвищує достовірність інформації щодо потреб стейкхолдерів.

3. Аналіз інтересів та вплив кожної зацікавленої особи. Даний етап процесу управління зацікавленими сторонами мав аналогічні недоліки в минулі часі. До найбільш притаманних варто віднести значні витрати часу, відсутність досвіду та / або інформації у осіб, що здійснюють аналіз, а також задіяння значної кількості співробітників для масштабних компаній. В даний час розроблена та впроваджена чимала кількість інформаційних платформ, а також програм для обрахунків та об'єднання стейкхолдерів у відповідності до їх інтересів та впливу на підприємство. А з розвитком ІТ-галузі не виникає труднощів а напрямі створення власного софту та програмного забезпечення у відповідності до специфіки діяльності або до стратегічних намірів суб'єктів господарювання.

4. Формування дій для управління очікувань стейкхолдерів. На цьому етапі застосовуються різноманітні методи та способи. На практиці підприємства обирають саме ті, які оптимізують їх простір та час. В даному випадку, саме розвиток науково-технічного прогресу допомагає формувати найбільш притаманні та актуальні інструменти. На разі варто відзначити, що до таких відносять запровадження карт лояльності, клубних та членських білетів, формування та прогнозування дій зацікавлених осіб на появу нових продуктів. Вважаємо, що саме на цьому етапі в більшій мірі застосовуються новітні технології та нововведення.

5. Виконання запланованих дій повсякчасно здійснюється у відповідності з запланованими та встановленими обмеженнями та пропозиціями. Ми вважаємо, що для ефективного впровадження дій необхідно обов'язково системно застосовувати контроль. В минулому контроль найчастіше здійснювався особисто або за допомогою паперових звітів.

В даний час притаманним є застосування електронних звітів, підтримка та фіксування показників здійснення робіт у вигляді онлайн-конференцій та прямих «мостів» зв'язку. Цифровізація надає можливості прибирати кордони та нівелювати часові обмеження в різних країнах.

6. Аналіз результатів управління є важливим етапом з точки зору підведення підсумків та формування архівних даних. Для зменшення помилок та підвищення достовірності даних актуальним є використання алгоритмізації та програмного забезпечення, що у лічені хвилини навіть без участі співробітників може здійснити обрахунок великих масивів даних. Також з метою раціонального використання природних ресурсів та для усунення значної кількості паперових екземплярів звітів, вважаємо що доцільним є використання серверів для зберігання звітів, а також формування єдиних баз даних кожного підприємства. Наступним кроком є створення системи постійного збереження та оновлення файлів всіх ключових робітників, що впливатиме на формування об'єднаної інформаційної бази даних компанії.

На нашу думку, представлені етапи управління стейкхолдерами та налагодження з ними взаємозв'язку є досить актуальними в наш час, але потребують оновлення в напрямі застосування методів та способів, а також впровадження цифровізації в існуючі напрацювання. Швидкоплинність змін економічного середовища спонукає до запровадження нових віянь та інновацій, імплементація яких може забезпечити збереження конкурентних позицій підприємств на ринку та збільшити їх прибутковість. Дані питання потребують подальшого більш ґрунтовного теоретичного вивчення та опрацювання практики, що буде здійснено нами в подальшому.

Список використаних джерел:

1. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. - First Edition. - Boston: Harpercollins College Div, January 1984. - 275 p.
2. A. V. Liezina Organizational and methodological support for project value management / A.V. Liezina, L. P. Batenko // Development Management: Semen Kuznets Kharkiv National Economic University. - 2018. - № 1 (191). - with. 60-65.
3. Солодухин К. С. Проблемы применения теории заинтересованных сторон в стратегическом управлении организацией. Проблемы современной экономики. 2007. № 4 (24). С. 152–156. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1653>

4. Султанов И. А. Стейкхолдеры процедур развития. Электронный ресурс. – Режим доступу: <http://projectimo.ru/komanda-i-motivaciya/zainteresovannyestorony-proekta.html>
5. 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. No. 4. P. 853–886.
6. Donaldson, T. and Preston, L. (1997), “The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications”, Academy of Management Review, No. 1, p. 65.

Лопуга Владислав,
студент, Київський національний торговельно-економічний університет
vlopuga12@gmail.com

Самойленко Ганна
доцент, кандидат фізико-математичних наук
Київський національний торговельно-економічний університет
anna_zak@ukr.net

БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ МАЙБУТНЬОГО, СФОРМОВАНЕ ЗАВДЯКИ РОЗВИТКУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ І ЙОГО ІНТЕГРАЦІЇ ДО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Анотація. Прочитавши цю наукову роботу ви дізнаєтесь, яким чином безпілотний транспорт здатен змінити наше життя. Зокрема, будуть наведені аргументи того, що зміни та супутні до них інновації будуть набагато цінніші для суспільства, людського життя та бізнес-клімату, аніж вважалося раніше. Це відповідь на питання, які компанії є передовими в розвитку даної технології та характеристика сучасного стану інтегрованості в суспільство самокерованого транспорту і життєвих покращень, що він вже надає і може надати за прогнозованим розвитком.

Ключові слова: безпілотний транспорт, морально-етична дилема, Moral Machine, каршеринг, парадигма споживацтва

Lopuha Vladyslav
Student, Kyiv National University of Trade and Economics