

Наумова Наталья Андреевна
бакалавр экон. наук, магистрант
ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва

DOI 10.31483/r-75189

РАЗВИТИЕ ПОДХОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КЛЮЧЕВЫХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ ТРЕБОВАНИЙ

Аннотация: в статье обосновывается, что развитие теории стейкхолдерского подхода ставит новые вызовы перед предприятиями и перед необходимостью разработки систем ранжирования, взаимодействия со стейкхолдерами и оценки их требований.

Ключевые слова: стейкхолдеры, менеджмент, взаимодействие с заинтересованными сторонами, анализ стейкхолдеров, учет требований стейкхолдеров, бизнес-анализ, корпоративное управление.

С самого развития стейкхолдерского подхода в шестидесятых годах прошлого века в Стенфордском научно-исследовательском институте [7] цели существования компании начали пониматься шире, чем исключительно динамика финансовых показателей и получение прибыли от осуществления основной деятельности.

Так получила свое развитие теория стейкхолдерского подхода, согласно которому при деятельности компании выделяются другие агенты, как входящие в рамки самой компании, так и зачастую за ее пределами, которые имеют свои интересы относительно деятельности компании, ее влияния на них и, соответственно, предъявляют различные требования к такой организации.

Независимо от организационной формы компании, вида собственности, сферы осуществления деятельности, страны регистрации, размера и длительности существования она существует в отношениях с другими агентами.

Устойчивость долгосрочного развития в таком случае становится очевидно зависима не только от непосредственной работы организации, но и от влияния, оказываемого другими агентами.

В течение разработки данного подхода на первый план вышел вопрос о том, как идентифицировать таких стейкхолдеров и определить, чьи требования являются преимущественными.

Например, требования местного сообщества к сокращению вредных выбросов в реку, которая протекает около завода, будут вступать в противоречие с требованиями собственников предприятия по сокращению расходов и увеличению прибыли.

Другим примером является конфликт интересов высшего звена управления компании и социальных требований, предъявляемых работниками компании.

Одним из основных вызовов реализации данного подхода является популяризация среди высшего менеджмента, который рассматривает принятие таких требований, не как стратегическое направление развития, а в большей степени как помехи.

Однако анализ международной практики [5] показывает, что системное внедрение социально ориентированных программ и улучшение взаимодействия с другими стейкхолдерами, предъявляющими требования в том числе в отношении повышения степени экологичности деятельности компаний, позволяет не только улучшить взаимодействие с заинтересованными сторонами, но и улучшает конкурентные позиции компаний.

Для этого необходимо внедрять системную, стратегически ориентированную деятельность, которая соответствует международным стандартам и практикам.

Этой проблематикой занимались такие ученые, как Кэрролл (1966), Кларксон в 1995 г., Дональдсон и Престон в тот же год и один из наиболее значимых ученых по развитию стейкхолдерского подхода – господин Фримен [4].

Затем был разработан подход Митчелла, который в 1997 г. предложил оценивать стейкхолдеров и их требования с точки зрения властности требований

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

(какими ресурсами обладает заинтересованная сторона для обеспечения реализации своих требований не с точки зрения законодательства, а с точки зрения альтернативных источников давления на предприятие), легитимности или правомерности и срочности их выполнения.

При этом отмечается, что, несмотря на популярность его подхода, очень часто при реализации его на практике опускается такой важный параметр, как срочность требований.

При проведении исследования рекомендуется пользоваться опросным методом. Среди опрашиваемых необходимо соблюсти репрезентативность всех заинтересованных сторон деятельности предприятия.

На основе составленных опросов составляются таблицы, в которых подводится итог проведенного исследования по тому, сколько заинтересованных сторон выделяют опрашиваемые, как они оценивают их по обозначенным выше трем требованиям. В результате организация получает информацию, с какими заинтересованными сторонами необходимо выстраивать дальнейшее стратегическое взаимодействие и в каком ключе его осуществлять.

Согласно исследованию,енному консалтинговым агентством McKinsey Global Institute в 2009 г. [6], в мире нарастает кризис доверия к сложившейся системе взаимодействия с заинтересованными сторонами, в которых учитываются в подавляющем большинстве экономические задачи предприятия и игнорируются интересы других сторон.

Именно в ответ на такую ситуацию в 2002 г. при проведении Мирового саммита по устойчивому развитию (World Summit on Sustainable Development, 2002) основными вопросами стали корпоративная социальная ответственность и партнерство в рамках реализации КСО [2].

В результате состоявшихся обсуждений бизнес, представленный на площадке, пришел к выводу о необходимости внедрения стейкхолдерского подхода и повышения корпоративной социальной ответственности. Для этого необходимо было разработать международные стандарты и правила такого внедрения.

Важно, что необходимость расширения толкования «социальной корпоративной ответственности» была отмечена еще на первом Консультативном совещании с Профсоюзами под эгидой ООН в 1984 году. С того времени началась работа над разработкой базовых документов для внедрения стейкхолдерского подхода; в результате этой работы была создана серия стандартов AA1000.

Указанные стандарты не являются обязательными – они носят рекомендательный характер для компаний, готовых к построению качественного взаимодействия со своими партнерами. Вместе с тем стандарты систематизируют накопленные знания о модели стейкхолдерского подхода, результаты изучения стейкхолдеров и опыт взаимодействия с ними различных компаний.

Таким образом, заметны значительный рост популярности идеи о взаимодействии с заинтересованными сторонами и понимание бизнеса о необходимости выстраивания стратегического взаимодействия с ними.

Это влечет за собой обоснование актуальности поднятой тематики и необходимость ее дальнейшего развития.

Список литературы

1. Бариленко В.И. Информационно-аналитическое обеспечение устойчивого развития экономических субъектов: монография / под ред. проф. О.В. Ефимовой; В.И. Бариленко, О.В. Ефимова, Е.В. Никифорова [и др.]. – М.: Русайнс, 2015. – 160 с.
2. Платформа знаний по целям устойчивого развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sustainabledevelopment.un.org> (дата обращения: 03.04.2020).
3. Учетно-аналитическое и контрольное обеспечение устойчивого развития экономических субъектов: монография / С.Н. Гришкина [и др.]. – М.: КноРус, 2018. – 256 с.
4. A case study of Stakeholder Identification and Prioritization by Managers. Parent M.M., Deephouse D.L. Journal of Business Ethics (2007) 75:1–23. URL: <https://phsreda.com>

<https://www.ualberta.ca/business/-/media/business/facultyandstaff/smo/da-viddeephouse/documents/parentdeephouse2007jbestholderidandsalience.pdf>

5. Beyond Stakeholder Utility Function: Stakeholder Capability in the Value Creation Process. *Journal of Business Ethics*. April 2014, Vol. 120 Issue 4, p.489–507.

6. Bonini S., Court D., Marchi A., 2009. Rebuilding corporate reputations: A perfect storm has hit the standing of big business. Companies must step up their reputation-management efforts in response. *McKinsey Quarterly*, 6–2009. URL: http://www.mckinsey.com/insights/corporate_social_responsibility/rebuilding_corporate_reputations

7. Mendelow A. Stakeholder Mapping // Proceedings of the 2nd International Conference on Information Systems. 1991, Cambridge. MA.