

УДК 658.1:334.01

Ханенко А.В.¹, Демихова В.В.²

¹к.е.н., доц., каф. бізнесу та управління НУ «Запорізька політехніка»,

²здобувач вищої освіти, група БТЕ-1214, НУ «Запорізька політехніка»,
Україна

РОЛЬ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах динамічного розвитку бізнес-середовища підприємства змушені враховувати інтереси широкого кола зацікавлених сторін, або ж стейкхолдерів.

Стейкхолдери – це фізичні або юридичні особи, які прямо або опосередковано впливають на діяльність підприємства, або ж зазнають впливу його рішень та дій. До них належать власники, працівники, клієнти, постачальники, інвестори, державні органи та суспільство загалом.

Мета цієї роботи – дослідити роль стейкхолдерів у діяльності підприємства, визначити рівень впливу на управлінські рішення та запропонувати підходи до ефективної взаємодії з кожною зацікавленою стороною. Ефективна взаємодія зі стейкхолдерами є важливим чинником забезпечення стійкого розвитку підприємства, зміцнення його ринкових позицій та формування позитивної репутації.

В умовах глобалізації та зростання конкуренції підприємства мають не лише досягати економічних результатів, але й відповідати очікуванням різних груп зацікавлених сторін. Саме тому питання управління стейкхолдерами набуває особливої актуальності.

Роль стейкхолдерів у діяльності підприємства визначається через їхній вплив на стратегічне планування, корпоративну політику, імідж, рівень відповідальності та прибутковість бізнесу. Зростання інтересу до концепції корпоративної соціальної відповідальності (CSR) ще більше посилює значення ефективної взаємодії з зацікавленими сторонами.

Проведений аналіз теоретичних засад управління стейкхолдерами показав, що важливим є не лише ідентифікація ключових груп, а й побудова діалогу на основі прозорості, довіри та врахування інтересів кожної сторони. Такий підхід дозволяє не лише знижувати ризики конфліктів, а й формувати довгострокові партнерські відносини.

З практичної точки зору, взаємодія зі стейкхолдерами реалізується через:

- консультації та переговори;
- участь у прийнятті рішень;
- звітування про діяльність;
- підтримку соціальних, екологічних та освітніх ініціатив.

Особливої актуальності ці питання набувають в умовах трансформації економіки, цифровізації бізнес-процесів та зростання запитів

суспільства на прозорість та етичність діяльності компаній. Таким чином, управління стейкхолдерами має розглядатися як один із ключових компонентів стратегічного менеджменту.

У результаті дослідження сформульовано рекомендації щодо покращення взаємодії зі стейкхолдерами.

Таблиця 1 Взаємодія зі стейкхолдерами

Рекомендації	Приклади
Впровадження системи моніторингу очікування стейкхолдерів	- Регулярні опитування потенційних користувачів щодо їхніх потреб у функціональності, зручності використання та цінової політики; - аналіз відгуків щодо роботи над завданням; - моніторинг нових трендів; - онлайн-опитування для збору відгуків пропозицій та зауважень
Створення внутрішніх комунікаційних стандартів	- Регулярні загальні збори або онлайн-конференції для обговорення стратегії та фінансових результатів; - отижневі/щомісячні розсилки новин компанії; - оперативне повідомлення про надзвичайне ситуації або важливі події; проведення опитувань задоволеності працівників.
Звітування відповідно до міжнародних стандартів сталого розвитку	- Звітування за стандартами GRI (Global Reporting Initiative): Використання таблиці GRI для інформування про свій підхід до сталого розвитку і вплив на довкілля; описання своїх цілей, програм та прогресу; демонстрації своїх зусиль та досягнень. - Звітування за стандартами SASB (Sustainability Accounting Standards Board): Використання стандартів SASB для звітування про фінансово значущу інформацію; для зосередження на розкритті інформації, яка є важливою для інвесторів у їхній галузі; для звітування про свою діяльність у сфері ESG (екологія, соціальна

	сфера та управління). - Інтегроване звітування (Integrated Reporting «IR») Інтегровані звіти поєднують фінансову та нефінансову інформацію, демонструючи, як організація створює, зберігає та зменшує цінність з часом.
Визначення ключових показників ефективності (КПЕ) для взаємодії зі стейкхолдерами	-Задоволеність стейкхолдерів: Вимірюється через індекси CSI, ESS, підтримки громади, NPS для оцінки сприйняття компанії та діяльності. - Рівень залученості: Оцінюється кількістю учасників консультацій, обсягом зворотного зв'язку, активністю у спільних проєктах та підпискою на інформаційні канали. - Якість комунікації: Визначається своєчасністю відповідей, зрозумілістю інформації, охопленням повідомлень та рівнем довіри стейкхолдерів. - Вплив взаємодії: Аналізується через врахування пропозицій стейкхолдерів, зміни у їхній поведінці, зниження ризиків та покращення репутації компанії. Вибір КПІ: Залежить від цілей взаємодії з кожною групою

Таким чином, ефективне управління стейкхолдерами є необхідною умовою для сталого розвитку підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та формування позитивного іміджу у суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абросимова Е.Б. Системный анализ стейкхолдеров / Е.Б. Абросимова, И.М. Седельникова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hse.ru/data/2013/03/05/1292978681>.
2. Рибак С.М. Діагностика стейкхолдерів ТзОВ «Львівська пивна компанія» / С.М. Рибак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kerivnyk.info/2013/09/rybak.html>.