

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З УРАХУВАННЯМ КОНЦЕПЦІЇ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

Биба В.В., *к.т.н.. доцент, НУ «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*

Пінчук Н.М., *к.т.н.. доцент, Політехнічний університет ді Барі, Італія, Департамент архітектури, будівництва та дизайну*

У науковій літературі існує багато визначень та підходів до поняття «стратегічний менеджмент». Як вдало зауважує М. Колісник: «Про терміни не сперечаються, про них домовляються, і не так важливо, як буде названий той чи інший об'єкт». Тому під стратегічним менеджментом потрібно використовувати форму управління, яка має складну внутрішню структуру і спрямована на підвищення рівня життєздатності організації, а також на досягнення балансу інтересів різних інтересів сторін [1].

Продовжуючи розкривати питання стратегічного управління підприємством з урахуванням концепції цікавих сторінок, важливо зрозуміти, що в сучасних умовах ефективного управління бізнесом не повинно бути лише внутрішніх процесів підприємства, але й інтересів різних стейкхолдерів (цікавих сторінок). Сюди входять акціонерів, клієнтів, постачальників, працівників, органи та місцеві громади, на які підприємство має прямий або опосередкований вплив [2].

Концепція зацікавлених сторін (stakeholder theory) базується на тому, що підприємство функціонує в контексті різних соціальних, економічних і політичних сил, інтересів яких мають бути враховані при розробці стратегій управління. Це відхід від традиційної моделі, де основна увага приділялася використанню акціонерів (теорія акціонерів). У контексті цієї концепції успіх підприємства оцінюється за здатністю знайти баланс інтересів різних стейкхолдерів.

Стратегічний менеджмент є ключовим інструментом, який дозволяє підприємству узгодити свою діяльність з інтересами зацікавлених сторін. Це забезпечення: ідентифікація основних груп стейкхолдерів, аналіз інтересів стейкхолдерів, встановлення пріоритетів та баланс інтересів [3, 4].

Перевагами стратегічного управління з урахуванням інтересів стейкхолдерів є зміцнення довіри, зниження конфліктів, підвищення стійкості бізнесу (підприємства), підвищення інноваційного потенціалу, позитивний вплив на суспільство та екологію та інші [4].

Компанії, які активно співпрацюють із зацікавленими сторонами, вважаються більш надійними і прозорими. Це важливо для підвищення репутації на ринку, що особливо важливо в умовах конкурентної боротьби. Так, наприклад, відкритий діалог із клієнтами та їхній зворотний зв'язок допомагають зміцнити лояльність до бренду. Підприємства, які враховують інтереси своїх працівників, створюючи справедливі умови праці, підтримують здоров'я між роботою і особистим життям та надають можливості для балансу професійного зростання, приваблюють кращих фахівців на працю. Задоволені працівники демонструють вищу продуктивність, більшу мотивацію і лояльність до компанії, що знижує текучість кадрів і витрати на реквізити. Стратегічне управління з урахуванням інтересів стейкхолдерів дозволяє передбачати й уникати потенційних конфліктів між підприємством та зацікавленими сторонами. Наприклад, врахування екологічних або соціальних вимог громади знижує ризики юридичних спорів, протестів або штрафів. Постійний моніторинг очікування стейкхолдерів дозволяє своєчасно адаптувати стратегію компанії, щоб уникнути різноманітних конфліктів.

Врахування інтересів стейкхолдерів готове формувати довготривалі, стійкі відносини з партнерами, постачальниками та інвесторами. Підприємства, які підтримують прозорість і дотримуються етичних стандартів у відносинах з іншими сторонами, є надійними партнерами, що покращують стабільність та знижують ризики порушення постачань або фінансування. Це особливо важливо під час кризових або непередбачених ситуацій, коли надійні відносини можуть

допомогти бізнесу пережити важкі часи. Компанії, що ефективно керують відносинами зі стейкхолдерами, демонструють стабільне зростання та кращі фінансові результати. Також компанії, які впроваджують соціальні та екологічні ініціативи, можуть отримати доступ до нових ринків, інвестиційних можливостей або фінансових стимулів, таких як зниження податків або пільг для екологічної відповіді. Співпраця зі стейкхолдерами, особливо з клієнтами, постачальниками та науково-дослідницькими організаціями, може стимулювати інновації, а відкрите партнерство з постачальниками може сприяти оптимізації ланцюгів поставок і впровадження нових ідей. Зростаюча увага до екологічної відповідальності та соціальної справедливості змушує підприємство впливати на ці фактори у своїй стратегії. Підприємства, що враховують інтереси громад, природоохоронних організацій та інших стейкхолдерів, легше адаптуються до нових нормативів і стандартів у сфері сталого розвитку. Це додатково уникати штрафів, санкцій і репутаційних втрат. Усі більше інвесторів орієнтуються на принципи сталого розвитку, соціальної відповідальності та прозорості. Компанії, що враховують інтереси підтримки зацікавлених сторін і демонструють свою прихильність до цих принципів, мають кращі шанси на отримання інвестицій від партнерів і вигідних умов фінансування. Врахування інтересів клієнтів, зокрема їхнього досвіду використання продукції чи послуг, дозволяє створити більш персоналізовані рішення, які забезпечують рівень задоволення та лояльності. Компанії, які активно взаємодіють з клієнтами та враховують їхні потреби, підтримують конкурентні переваги, незадоволені клієнти залишаються прихильниками бренду та рекомендують його іншим.

Під час виконання наукового дослідження було встановлено, що вплив інтересів та потреб зацікавлених сторін на процес формування стратегії розвитку є надзвичайно потужним, особливо в умовах воєнного стану. Переваги стратегічного управління з урахуванням інтересів стейкхолдерів є багатьма гранними і включають не лише фінансові вигоди, але й соціальні, екологічні та репутаційні досягнення. Такий підхід компаній створює стійкі бізнес-моделі,

краще реагує на зовнішні зміни, зміцнює відносини зі стейкхолдерами та досягає довгострокового успіху.

Література

1. Колісник М. Двадцять суперечливих правил успішного консалтингу // Синергія. - 2004. - № 3 (10). - С. 49-53.
2. Власова Т.Г. Визначення впливу внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів на розвиток підприємства. *Економічні науки*. 2023. №5. С. 21-26.
3. Биба В.В. Управління розробленням логістичної стратегії як складової загальної стратегії розвитку підприємства / Биба В.В., Пінчук Н.М., Марченко В.О. // *Ефективна економіка*. 2023. №10.
DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.10.36>.
4. Биба В.В. Управління стратегією підприємства на основі концепції зацікавлених сторін / В.В. Биба, Н.М. Пінчук, В.О. Марченко // *Економіка і регіон*. – 2024. – № 1 (92). – С. 94-100.
DOI: 10.26906/EiR.2024.1(92).3314