

ХАРАКТЕРИСТИКИ ВЗАЄМОВІДНОСИН МІЖ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Госн Салім

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Сьогодні позиція підприємства на ринку залежить вже не лише від обсягів діяльності, але й від сприйняття його споживачами, медіа, представниками влади, акціонерами, співробітниками та ін. З кожним роком необхідність комунікації з цими групами усвідомлюється бізнесом як все більш важливе управлінське завдання. Ці зміни знайшли відображення в новому понятті – управління взаємовідносинами із стейкхолдерами. У роботі розглянуто питання визначення характеристик, які властиві взаємовідносинам між стейкхолдерами.

Усіх стейкхолдерів можна розглядати як єдине суперечливе ціле, рівнодіючу інтересів частини якого буде визначати траєкторію розвитку організації. Кожен зі стейкхолдерів має свої очікування від взаємовідносин із іншими стейкхолдерами. Формування взаємовідносин відбувається на задоволенні певних очікувань від кожної зацікавленої сторони. Ці очікування можна розглядати крізь декілька характеристик, зокрема репутації, відповідальності, легітимності, задоволення, довіри та ідентичності.

Репутація у взаємовідносинах стейкхолдерів багато в чому визначається, як зацікавлені сторони оцінюють здатність підприємства задовольняти їх очікування.

Кожен партнер має очікування щодо відповідальності кожного стейкхолдера за свої дії та зобов'язання у взаємовідносинах. Високий рівень відповідальності партнерів посилює якість взаємовідносин між стейкхолдерами.

Легітимність виникає з узгодженості між діями стейкхолдера і соціальних очікувань. У той час як втрата легітимності можуть виникнути при ситуації, коли стейкхолдер діє всупереч очікуванням інших стейкхолдерів.

Задоволення проявляється у тому, що кожен партнер у стосунках має певні очікування від дій інших партнерів. У випадку коли певний стейкхолдер відповідає або перевищує такі очікування, відбувається задоволеність взаємовідносинами. Це стимулює більш активно вступати у нові взаємовідносини зі стейкхолдерами та позитивно впливає на співпрацю.

Довіра відноситься до очікувань про надійність стейкхолдера, сподівання щодо того, яким чином ведеться бізнес. Наявність довіри між стейкхолдерами безперечно полегшує взаємовідносини між ними.

Ідентичність відображає відповідність певним вимогам, які ставляться до певного стейкхолдера для встановлення з ним взаємовідносин.

Усі ці поняття тісно пов'язані між собою, а тому порушення одного з них обов'язково знизить позитивний вплив інших. Це погіршить якість взаємовідносин стейкхолдерів у цілому. Отже, забезпечення високого рівня розглянутих характеристик кожним стейкхолдером у межах своєї ролі забезпечить високу якість взаємовідносин між усіма стейкхолдерами.