

- М., 2017. – Вып. 16. – С. 15–25.
2. Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/gos-progr-2021-2025/Postanovlenie-Soveta-Ministrov-Respubliki-Belarus-ot-29.01.2021-56-O-Gosudarstvennoj-programme-Maloe-i-srednee-predprinimatelstvo-na-2021-2025-gody.pdf>. – Дата доступа: 02.05.2022.
 3. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: стат. сборник [Электронный ресурс] // Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/891/891c38316ab7fd05549fe969efa9243d.pdf>. – Дата доступа: 02.05.2022.
 4. Маркетинг инноваций: тексты лекций для студентов специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» заочной формы обучения / А. А. Пузыревская, П. В. Ястремская. – Минск: БГТУ, 2014. – 118 с.
 5. Медведева, И. В. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь, Статистический сборник / И. В. Медведева [и др.]. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2020. – 125 с.
 6. Global Connectivity Index (GCI) компании Huawei за 2019 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.huawei.com/by/news/by/2019/gci-2019-intelligent-connectivity-is-the-catalyst-for-fresh-gdp-growth/>. – Дата доступа: 02.05.2022.
 7. Official web resource of International Telecommunication Union. ICTDevelopmentIndex [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/>. – Дата доступа: 02.05.2022.

УДК 338.24:334.764.47

ТИПЫ СТЕЙКХОЛДЕРОВ В КЛАСТЕРЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Нестерцева А.М., студ., Вайлунова Ю.Г., к.э.н., доц.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье раскрыта сущность теории стейкхолдеров. Систематизированы типы стейкхолдеров по различным характеристикам: стейкхолдеры по отношению к организации, по функциям стейкхолдеров, по степени влияния стейкхолдеров на организацию, в соответствии с заинтересованностью и интересами стейкхолдеров. Предложена классификация стейкхолдеров в кластере для развития сотрудничества.

Ключевые слова: стейкхолдеры, заинтересованные стороны, кластер, сотрудничество.

Наиболее гибкими интеграционными структурами являются кластеры, основой которых является сетевое сотрудничество. Кластерные структуры являются важной составляющей инновационной политики многих стран, дают положительный эффект для развития экономики. Кластерный подход наилучшим образом зарекомендовал себя в мировой практике.

Значение и роль кластеров в повышении конкурентоспособности экономики заключается в: активизации инноваций; повышении конкурентоспособности субъектов кластера; росте ВВП/ВРП и налоговых поступлений в бюджеты; развитии малого и среднего бизнеса в регионах; продлении цепей создания стоимости; росте экспорта в кластере; увеличении занятости, повышение доходности регионального производства; экономическом развитии приграничных территорий; привлечении иностранных инвестиций.

Теория стейкхолдеров или теория заинтересованных сторон формирует и объясняет стратегию развития субъекта хозяйствования с точки зрения учета интересов, так называемых стейкхолдеров (заинтересованных сторон).

В настоящее время зарубежные специалисты активно разрабатывают вопросы использования теории заинтересованных сторон в бизнесе, разрабатываются современные подходы и взгляды. Появление теории заинтересованных сторон соотносят с работой Р.Э. Фримена «Стратегический менеджмент: концепция заинтересованных сторон», где рассматривается понятие – «заинтересованная сторона» (stakeholder) [4].

Согласно Э. Фриману стейкхолдерами (потенциальными выгодополучателями от деятельности) любой организации являются: ее владельцы; покупатели ее продукции; поставщики разного рода ресурсов; работники организации; местное сообщество; различные широкие общественные группы; государство [4].

Суть данной теории состоит в том, что управляющие в организации должны принимать решения с учетом интересов всех заинтересованных сторон. Основа этой теории – бизнес-этика, а главный принцип – интересы всех сторон законны и требуют удовлетворения [2].

Из зарубежных исследователей в развитие отдельных аспектов управления отношениями с заинтересованными сторонами, представляющих теоретические и методологические подходы, большой вклад внесли Р. Акофф, И. Ансофф, Дж. Барни, Р. Грант, Г. Минцберг, М. Портер, К. Прахалад, Ф. Селзник, Г. Хамел, А. Чандлер, Дж. Штайнер, К. Эндрюс и др.

Таким образом, стейкхолдеры (или заинтересованные стороны) – это лица и стороны, которые испытывают на себе влияние деятельности организации или могут влиять на ее работу.

Актуальность темы состоит в следующем: для повышения конкурентоспособности и эффективности кластера, организациям, входящим в него, необходимо учитывать не только свои интересы, но и интересы заинтересованных сторон (стейкхолдеров) – покупателей, поставщиков, конкурентов, государственных учреждений и организаций, органов муниципального управления, финансовых посредников.

Анализ стейкхолдеров включает в себя идентификацию и систематизацию основных стейкхолдеров, оценку их целей, сбор информации о них, использование этих данных в процессе стратегического управления и применение принятой стратегии, а также разработку направлений сотрудничества.

Для определения ключевых стейкхолдеров применяется модель Р. Митчелла. Данная модель позволяет выделить группы стейкхолдеров по показателям показателя власти, законности и срочности требований стейкхолдеров [6]. К ключевыми стейкхолдерами являются «категорическая группа» (интересы обладают характеристиками срочности, власти и законности); «опасная группа» (власть и срочность требований), «зависимая группа» (законность и власть) и «доминирующая группа» (законность и срочность интересов) [6].

Систематизация некоторых классификаций стейкхолдеров по различным характеристикам.

1. Стейкхолдеры по отношению к организации:

– внешнее окружение: органы государственной власти, конкуренты, общества по защите прав потребителей, общества по защите окружающей среды, группы специального интереса, СМИ; внутреннее окружение: работники, собственники, покупатели, поставщики (Э. Фримен) [4];

– широкое окружение: общество, технологии, экономика и политика; внешние стейкхолдеры (операционная среда): поставщики, органы государственной власти и администрации, покупатели, группы активистов, местные сообщества, финансовые посредники, конкуренты, профсоюзы; внутренние стейкхолдеры: собственники, управленцы, работники (Дж. Харрисон, К. Джон) [5].

2. По функциям стейкхолдеров:

– группа стейкхолдеров, финансирующая организацию: акционеры, инвесторы, кредитные организации; менеджмент, руководящий организацией; основные работники; экономические партнеры: поставщики, покупатели (Г. Ньюболд, Г. Луффман) [7];

– финансирующие деятельность в области КСО: акционеры, партнеры; участвующие в реализации КСО: менеджеры, партнеры, НКО; осуществляющие производство продукции компании: работники; пользователи продукции и услуг компании: потребители - те, кто предоставляют материалы и услуги: поставщики (Л. Никитина) [1].

3. В соответствии с заинтересованностью и интересами стейкхолдеров:

– категорическая, опасная, зависимая, доминирующая, бездействующая, контролируемая, требующая группы (Р.Митчелл) [6];

– реальные: собственники, сотрудники, покупатели, местные сообщества; наблюдатели: профсоюзы, общественные и прочие организации, осуществляющие мониторинг деятельности компании и выступающие защитниками интересов стейкхолдеров; хранители интереса: государство, СМИ, прочие регулирующие и контролирующие органы

(И. Фассин) [3].

4. По степени влияния стейкхолдеров на организацию:

– субстанциональные: акционеры, инвесторы, работники, стратегические партнеры; контрактные: поставщики, субподрядчики, покупатели, финансовые институты; контекстуальные: государство и администрации, местное сообщество, общественные организации; лица, формирующие общественное мнение (М. Родригес, Дж. Ричарт, П. Санчез) [8].

Классификация стейкхолдеров для кластера может иметь следующий вид:

1) внутренние или внутригрупповые стратегические стейкхолдеры кластера (определяющие и влияющие на стратегическую и оперативную деятельность): акционеры/собственники; менеджмент; сотрудники всех категорий персонала: основные производственные рабочие, инженеры, служащие, непроизводственные рабочие, руководители и специалисты – все сотрудники и внешние совмещители, а также, сотрудники, работавшие на предприятиях группы ранее и потенциальные сотрудники и их семьи; зависимые общества – ряд компаний разной направленности, входящих в состав кластера;

2) внешние стратегические и операционные стейкхолдеры (группы, влияющие на устойчивое развитие организации, операционную деятельность кластера, бесперебойное производство и реализацию продукции): покупатели/заказчики/клиенты (продукции, работ, услуг, реализуемых как от имени кластера, так и от имени отдельных дочерних и зависимых обществ самостоятельно); бизнес-партнеры, в том числе, поставщики и подрядчики, стратегические партнеры по проектам; инвесторы;

3) внешние регулирующие и контролирующие стейкхолдеры (устанавливающие и регулирующие нормативно-правовую базу функционирования организации, влияющие на стратегическое развитие кластера, влияние на них напрямую невозможно): органы государственной власти, региональные администрации; кредитные организации; фондовые биржи; НКО, общественные объединения и ассоциации;

4) прочие внешние стейкхолдеры, определяющие репутацию компании и положение на рынке, влияющие на стратегическое развитие кластера: конкуренты в своей отрасли деятельности; средства массовой информации; научное сообщество, в том числе, образовательные учреждения; местное сообщество.

Таким образом, предлагаемая классификация учитывает направление влияния заинтересованных сторон на субъекты кластера в целом, что позволит разработать направления сотрудничества с каждым.

Список использованных источников

1. Никитина, Л. М. Система корпоративной социальной ответственности в России: автореф. дис... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Никитина Лариса Михайловна. – г. Курск, 2011. – 46 с.
2. Финогеева, А. И. Формирование механизма управления ключевыми стейкхолдерами корпорации: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Финогеева Анастасия Игоревна. – Москва, 2019. – 208 с.
3. Fassin, Y. J. The Stakeholder Model Refined / Y. J. Fassin // Journal of Business Ethics. – 2009. – № 84. – P. 113.
4. Freeman, R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. – Boston. – 1984. – 468 p.
5. Harrison, J. S. Strategic management of organizations and stakeholders: concepts and cases / J. S. Harrison, C. St. John. – 2nd ed. – Cincinnati: South-Western College Publishing, 1998. – 350 p.
6. Mitchell, R. Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts / R. Mitchell, B. Agle, D. Wood // Academy of Management. – 1997. – Vol. 22. – № 4. – P. 853–886.
7. Newbould, G. Successful business politics / G. Newbould, G. Luffman. – London, 1989. – 374 p.
8. Rodriguez, M. Sustainable development and sustainability of competitive advantage: a dynamic and sustainable view of the firm / M. Rodriguez, J. Ricart, P. Sanchez // University of Navana. – Barcelona, Spain, 2002. – № 462. – 18 p.