

Секция «Государственное и муниципальное управление»

Становление и развитие теории стейкхолдеров: с кем и как приходится взаимодействовать современной организации

Марченко Дарья Игоревна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет государственного управления, Москва, Россия

E-mail: dasha_marchenko@mail.ru

На сегодняшний день в менеджменте и экономической науке сложились три основных подхода к рассмотрению сущности организации: неоклассический, агентский и теория стейкхолдеров. Неоклассическая парадигма возникла в конце первой половины прошлого века; итогом её развития стало формирование представления о том, что вся деятельность организации есть ничто иное как следствие гармонизации отношений между менеджерами и собственниками предприятия. В конце третьей четверти прошлого века зародилась противоположная - агентская (или как её иначе называют, акционерная) школа организационной мысли, приверженцы которой, напротив, пытались обосновать невозможность выстраивания исключительно гармоничных и компромиссных отношений по линии менеджмент-собственники. Неслучайно, однако, что агентскую теорию нередко называют преемницей неоклассических трактовок, ведь авторы и сторонники акционерной концепции хотя и изменили угол восприятия проблемы, но также продолжали анализировать только одну группу организационных отношений. Настоящую революцию в менеджменте произвела сформулированная в середине 80х гг. теория стейкхолдеров организации (в русскоязычной литературе чаще можно встретить альтернативное транслитерированному «стейкхолдер» «заинтересованное лицо»). Автором теории стал специалист в области стратегического управления Э. Фримен, который в работе «Стратегический менеджмент: подход заинтересованных сторон» не только представил наиболее полную и универсальную трактовку понятия «стейкхолдер» как совокупности агентов, которые оказывая бесспорное влияние на организацию, в то же время испытывают влияние организации на себе, но и предложил принципиально иной взгляд не только на природу организации, но и на её целевое предназначение. Согласно его утверждению, приоритетной установкой руководства компании должна стать максимальная ориентация на удовлетворение интересов всех категорий стейкхолдеров посредством достижения собственных организационных целей. Понятие "эффективность управления" отныне рассматривалось с точки зрения степени достигнутого успеха в части планирования стейкхолдеров, с которыми предстояло сотрудничество, и налаживания взаимодействия с ними, что, в свою очередь, предполагало следствием финансовый успех и организационную стабильность.

Идеи Фримена были с легкостью подхвачены специалистами по всему миру, которые на основании идей автора концепции формулировали собственные теоретические «ответвления» и обоснования. К середине 90х годов прошлого века появились десятки подходов как к определению понятия «стейкхолдер», так и к выявлению направлений развития политики компании в отношении заинтересованных лиц. Несмотря на всё обилие, накопленный материал был крайне хаотичен, неоднороден и носил несистематизированный характер. Первая и наиболее удачная, по мнению большинства специ-

алистов, попытка систематизировать имеющийся массив информации была предпринята профессорами Пенсильванского и Гарвардского Университетов Дональдсоном и Престоном, которые предложили трехзвенную структуру общей теории стейкхолдеров циклического типа, состоящую из нормативного, дескриптивного и инструментального пластов.

Ядром структуры стали, так называемые, теории нормативного подхода. По мнению авторов, его «нормативность» заключается в оценке правильности категоризирования и последовательных поведенческих действий, осуществляемых руководством компании в отношении стейкхолдеров, с точки зрения морального аспекта. Под последним понимается не столько свод неких условных правил, сколько находящие реальное отражение в жизни принципы и стандарты — стандарты оценки поведения, мотивов, принципы разрешения конфликтных ситуаций и особенности принятия решения при наличии некой этической дилеммы и т.п. Необходимо отметить, что нормативный «блок» также подразделяется на блок теорий первого, второго и третьего уровня. К первой группе относятся теории, отражающие идеалистические представления о мотивации руководства компании (теория «экологической духовности» М.Старика, «кантианские теории» Эвана и Боуи, концепция «интегративных социальных контрактов» Дональдсона, «христианский» подход А.Аргандоны и другие), ко второй — теории, оперирующие более приближенными к реальной действительности понятиями (теория «трех видов доверия» Курланда и Калтона, концепция «дуалистического инвестирования» Шлоссберге-ра, «коммуникативная теория» А.Этциони). Теории третьего уровня отличаются абсолютной ориентацией на реальную действительность. К ним относятся всевозможные теории инвестирования, выделяющие особую категорию контрагентов компании — кредиторов и инвесторов.

Дескриптивно-инструментальный блок составляет один из наиболее широких теоретических пластов общей теории стейкхолдеров. Он охватывает все многообразие подходов к управлению стейкхолдерами. Особое внимание уделяется этапу планирования политики компании в отношении стейкхолдеров. Среди наиболее известных и распространенных подходов к планированию и сегментированию поля стейкхолдеров относится идея «картирования» основоположника теории Э.Фримена, модель «коалиционного потенциала» Т.Роули, идея классифицирования на основе выделения «очевидных», менее очевидных и «мерцающих» стейкхолдеров Митчелла, Эгла и Вууда, модель фазового картирования И.Джавахаара и другие.

Анализ всего многообразия классификаций, дефиниций и теоретических подходов, формирующих общую теорию стейкхолдеров, позволяет выделить следующие группы заинтересованных лиц: внутренние и внешние стейкхолдеры. К первой категории относятся сотрудники компании, руководство всех уровней, собственники. Ко второй: потребители, поставщики, дилеры, банковские и страховые организации, некоммерческие организации, государственные и надгосударственные (в случае с транснациональными корпорациями) структуры. Приоритетность той или иной категории стейкхолдеров определяется организацией исходя из масштабов и профиля деятельности, а также стратегии развития бизнеса. Повсеместное распространение получили такие механизмы взаимодействия с заинтересованными лицами, как PR (выстраивание коммуникаций с потребителем и общественностью), SR (выстраивание отношений с текущими и потенциальными поставщиками), GR (механизмы взаимодействия с органами власти),

практики Total Quality Management как системообразующий механизм.

Литература

1. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. М.:Аспект Пресс. 2004
2. Chinyio, E. Stakeholder management: theoretical perspectives and implications. Wiley-Blackwell. 2010
3. Friedman, A.L. Stakeholders:theory and practice. Oxford University Press.2006