

КОНЦЕПЦІЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ В СИСТЕМІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

*Наведено власну точку зору на трактування категорії “ефективність”,
розкрито сутність концепції стейкхолдерів, обґрунтовано теоретико-методичні засади
оцінки ефективності функціонування підприємства з позиції ключових стейкхолдерів*

Постановка проблеми. Протягом останніх років в академічних дослідженнях все більше уваги приділяється теорії зацікавлених сторін – своєрідній альтернативі неокласичної економічної теорії управління підприємством. Починаючи з середини 1980-х років дана теорія помітно впливає на стиль і методи управління, корпоративну культуру і стратегії більшості компаній світу.

Теорія зацікавлених сторін покладена в основу переважної більшості популярних концепцій, які значно розширюють сферу традиційного управління за рахунок введення в інформаційний фонд підтримки прийняття управлінських рішень нефінансових показників і створюють нові можливості для реалізації інструментів стратегічного контролю – Balanced ScoreCard, Performance Pyramid, EP²M та ін., проте, вона не реалізована в цих системах в повній мірі.

В межах концепції “стейкхолдерів” ефективність діяльності економічного суб’єкта розглядається в контексті розділення інтересів учасників бізнесу, тобто з позицій економічних інтересів окремих осіб, що розраховують на отримання вигоди від його діяльності.

Згідно розробкам Пеннінгса-Гудмана більшість офіційних цілей (наприклад, зростання вартості підприємства, забезпечення нормативної рентабельності, максимізація прибутку, збільшення частки ринку тощо) на практиці є не описами бажаного стану організації, а обмеженнями на її функціонування. На їх думку, ефективність організації визначається її здатністю задовольнити реальні цілі зацікавлених сторін на верхній обмежень [1].

Разом із тим, різноспрямованість інтересів окремих груп в існуванні підприємства спричиняє різноманітність цілей функціонування економічного суб’єкта, що ускладнює процес їх формування та узгодження та обумовлює різночитання у визначенні критеріальних оцінок ефективності діяльності господарюючого суб’єкта, внаслідок чого ефективність одного і того ж підприємства з погляду різних зацікавлених груп буде різною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поява концепції “стейкхолдерів” (*stakeholder concept, stakeholder theory*) пов’язана з виходом роботи Е. Фрімена “Стратегічний менеджмент: концепція зацікавлених сторін” [2], в якій автор вводить поняття “зацікавлена сторона” (*stakeholder*), дає його визначення і пропонує до розгляду оригінальну модель фірми. Висунута Е. Фріменом ідея про представлення фірми та її зовнішнього і внутрішнього оточення як набору зацікавлених в її діяльності сторін, інтереси і вимоги яких повинні прийматися до уваги і задовольнятися менеджерами як офіційними представниками фірми, одержала широку підтримку [3].

Основною ідеєю концепції Е. Фрімена є необхідність комплексного та персоналізованого підходу менеджерів до аналізу не тільки внутрішнього, але і зовнішнього середовища бізнесу, тобто всіх зацікавлених сторін. Згідно запропонованому їм визначенню, до зацікавлених сторін віднесені “будь-які індивіди, групи або організації, які здійснюють суттєвий вплив на ухвалені фірмою рішення та/або які опиняться під впливом цих рішень” [2, с. 25].

З часом, і термін “зацікавлена сторона”, і концепція в цілому підлягала трансформації, поступово знаходячи як необхідну чіткість, так і власне місце в системі управлінських знань. Т. Дональдсон у зв’язку з цим справедливо відзначає: “Десять років тому термін “зацікавлена сторона”

застосовувався як вульгаризм, що описує будь-яку групу, яка ігнорується корпорацією, але знаходиться під її дією. Суворо кажучи, сам термін був цілком точно сформульований нечисленною, але вельми значущою групою теоретиків в області менеджменту. Крім того, він іноді використовувався менеджерами, охочими знайти виправдання своїм обов’язкам, пов’язаним з групами, що не відносяться до акціонерів, наприклад – з працівниками і споживачами. Проте, як і будь-який вульгаризм, термін “зацікавлена сторона” представлявся вельми пластичним і концептуально недопрацьованим” [4].

У праці Дж. Поста, Л. Престона та С. Сакса “Переосмислення корпорації: менеджмент зацікавлених сторін та організаційне багатство”, яка вийшла у 2002 році, до зацікавлених сторін авторами віднесені “будь-які індивідууми та клієнти, добровільно або примусово пов’язані з діяльністю компанії, що генерує багатство, і, відповідно, ті, що виступають як потенційними бенефіціарями, так і можливими жертвами” [5, с. 19]. Досить цікавим є уточнення авторів щодо наявності позитивних або негативних наслідків взаємодії зацікавлених сторін з корпорацією. Проте, на відміну від класичного визначення Е. Фрімена, Дж. Пост, Л. Престон та С. Сакс до стейкхолдерів не відносять елементи, чий інтерес прямо протилежні інтересам даної фірми (наприклад, конкуренти) [5]. На наш погляд, виключення із складу зацікавлених сторін конкурентів звукує застосування концепції стейкхолдерів як моделі аналізу середовища (як внутрішнього, так і зовнішнього) функціонування підприємства, внаслідок ігнорування мінливості зовнішнього середовища.

Децо у модифікованому вигляді розуміють теорію зацікавлених сторін Т.М. Джонс і А.С. Уїкс. Відповідно до їх трактування, стейкхолдери корпорації – групи та індивіди, що становлять її оточення (внутрішнє та зовнішнє), які впливають або на які можуть вплинути ухвалені корпорацією рішення. При цьому, теорія займається природою відносин між ними (стейкхолдерами): процесами (супроводжуваними відносинами) і результатами (ресурсного обміну) для фірми та її стейкхолдерів [6]. Слід зазначити, що надане визначення більш чітко формулює досліджуваний термін, підкреслюючи, по-перше, що інтереси всіх зацікавлених сторін (внутрішнього та зовнішнього оточення) потенційно можуть бути прийняті до уваги та, по-друге, що існує взаємний вплив між фірмою та її стейкхолдерами.

Отже, основним предметом дослідження теорії стейкхолдерів виявляються взаємовідносини різних груп та індивідів, що переслідують свої інтереси, які пов’язані з діяльністю певної фірми. Слід зазначити, що у межах неінституціональної теорії ці взаємовідносини (взаємозв’язки між фірмою і стейкхолдерами) розглядаються як “пучок контрактів” [7]. “Контракти” можуть приймати форму обміну, трансакцій або делегування повноважень з ухвалення рішень. Згідно агентської теорії стейкхолдерів (*stakeholder-agency theory*) фірма може бути представлена як “сплетення контрактів” (*nexus of contracts*) між зацікавленими сторонами [8]. Ці контракти (взаємозв’язки) розглядаються як внески різних зацікавлених сторін взаємній вигоді та стимулів, які забезпечує їм організація.

Взагалі зацікавлені сторони залишаються зацікавленими лише доти, доки підприємство забезпечує такі стимули, цінність яких перевищує або, як мінімум,

компенсує зроблені внески. У той же час внески і стимули у більшості випадків мають двосторонній характер.

Узагальнюючи основні положення теорії стейкхолдерів, відзначимо, що на наш погляд, більш чітко та повно поняття “зацікавлені сторони” характеризує наступне визначення. Зацікавлені сторони – суб’єкти внутрішнього та зовнішнього середовища, які переслідують певні інтереси, пов’язані з отриманням вигоди від взаємодії з підприємством, мають можливість впливати на його діяльність, та, які є об’єктом інтересу з боку самого підприємства.

Наведене визначення є найбільш придатним для розуміння досліджуваного поняття, оскільки:

– по-перше, дозволяє застосовувати концепцію стейкхолдерів як модель аналізу релевантного середовища бізнесу (за рахунок включення суб’єктів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища);

– по-друге, підкреслює наявність виражених інтересів зацікавлених сторін, пов’язаних з отриманням вигоди від взаємодії з підприємством;

– по-третє, констатує існування взаємного впливу та двостороннього характеру зв’язку між підприємством та його стейкхолдерами.

Мета статті. Обґрунтування теоретико-методичних засад оцінки ефективності функціонування підприємства з позиції ключових стейкхолдерів.

Викладення основного матеріалу дослідження. Зручним способом упровадження теорії зацікавлених сторін у практичну сферу є використання різноманітних інструментів, призначених для стратегічного управління, аналізу та вимірювання ефективності різних аспектів діяльності фірми.

Перш ніж перейти до обґрунтування власної точки зору щодо оцінки ефективності функціонування підприємства з позиції зацікавлених сторін представляється необхідним осмислення основних теоретичних положень, пов’язаних з категорією ефективності.

Ефективність – складна категорія економічної науки. Вона пронизує всі сфери практичної діяльності людини, всі стадії суспільного виробництва, є основою для побудови кількісних критеріїв цінності ухвалюваних рішень. Такі найбільш істотні характеристики господарської діяльності, як цілісність, багатовимірність, динамічність і взаємопов’язаність її різних сторін, знаходять віддзеркалення через категорію “ефективність”.

Ще з давніх часів проблема ефективності цікавила фахівців з економіки, управління, філософії. Безумовно, ефективність є загальнонауковою проблемою, але базується вона саме на досягненнях економічної науки, які є слідством не лише трьохсотрічних досліджень, але і “наповнені” кількісними характеристиками і апробовані на практиці.

У багатьох дослідженнях автори єдині в думці, що “ефективність” – поняття, що виражає “результативність”. Подібне розуміння ефективності, що йде від класичної школи, міцно затвердилося в економічній теорії.

“За своєю початковою родовою ознакою ефективність – суть результативність, тобто результат діяльності (ефект), одержаний суспільством або окремою людиною на одиницю використуваних (або витрачених) ресурсів” [9].

Такої ж точки зору дотримується англійський економіст Пол Хейне, який характеризує ефективність, як гідність, що найбільш послідовно зростає економістами. Він вважає, що ефективність і економічність відображають результативність використання засобів для досягнення мети і є майже синонімами. Під цими термінами мається на увазі досягнення максимального ефекту з доступних обмежених ресурсів. Одержати якомога більше з доступних обмежених ресурсів – ось у чому полягає ефективність [10].

Подібні формулювання суті категорії ефективність можна зустріти у працях багатьох економістів. Звідси випливає, що “ефективність” і “результативність” є однорідними поняттями. У той же час, очевидно, що поняття “ефективність” є похідним від поняття “ефект”, а “результативність”, відповідно, – від “результат”. Отже, поняття “ефект” і “результат” також повинні мати однорідну основу.

У вітчизняній економічній літературі, а також у низці праць зарубіжних авторів наводиться велика кількість визначень понять “результат” і “ефект”.

“Велика радянська енциклопедія” визначає, що поняття “ефект” походить від лат. effectus – виконання, дія (від efficio – дію, виконую) і може позначати результат, наслідок будь-яких причин, дій; засіб, прийом, явище [11]. Ефект – досягнутий результат у матеріальному, грошовому, соціальному (соціальний ефект) вираженні. Зокрема, ефект може оцінюватись обсягом додатково виробленої продукції (тобто штуками, метрами, тоннами, тощо), показниками поліпшення здоров’я населення (наприклад, зниженням захворюваності, підвищенням середньої тривалості життя) та ін. У тому випадку, коли вказані результати отримують грошову оцінку, мова йде про економічний ефект.

Низка економічних словників визначає суть економічного ефекту як різницю між результатами економічної діяльності та витратами на неї. Ефект – показник результативності господарської діяльності в формі різниці між її результатами та витратами всіх ресурсів.

Виходячи з того, що “результат – це те, що отримано по закінченні будь-якої діяльності, роботи, підсумок” [12], у контексті нашого дослідження, ми вважаємо, що результат – сукупний підсумок розвитку окремих елементів або в цілому економічної системи на конкретний момент часу або за певний період. При цьому, результат може характеризувати як позитивні, так і негативні підсумки діяльності підприємства.

Ефект – результат, що характеризує успішність, корисність функціонування окремого процесу або системи в цілому, тобто позитивні тенденції в розвитку господарюючого суб’єкта.

Ефект як кінцевий результат володіє якістю, що й обумовлює відмінну здатність ефекту характеризувати, зокрема, успішність функціонування та розвитку підсистеми або системи в цілому.

Як протилежне за змістом поняттю “ефект”, у теорії та на практиці можна використовувати поняття “деструкція” (лат. “*dēstructio*” – руйнування), тобто результат, що характеризує негативні тенденції, деградацію господарюючого суб’єкта.

Відповідно до обраної вище позиції з цієї проблеми можна зробити наступні висновки:

– підсумок характеризує окремих аспект господарської діяльності підприємства та виражається якісним або кількісним абсолютним показником;

– сукупність підсумків окремих елементів економічної системи перетворюється в результат;

– результат і ефект є відносно самостійними поняттями;

– результат може бути сприятливий або як ефект, або як деструкція, або як стабільність;

– ефект є віддзеркаленням позитивного результату діяльності, тобто того стану, до якого прагне економічний об’єкт.

Виходячи з цього, результативність відображає ступінь досягнення запланованих показників або поставлених цілей (наскільки співпадають мета та результат), у той час як ефективність – поняття, що характеризує позитивну динаміку розвитку господарюючого суб’єкта.

І ефект, і ефективність відображають зростання та розвиток економічного об’єкта, тобто його здібність до прогресивних кількісних змін, відбитих в об’ємних показниках, і до прогресивних якісних змін, що доповнюють кількісні, і пов’язаними, як правило, із структурною динамікою об’єкта. Причому найбільш сильний взаємозв’язок цих категорій з поняттям розвитку з властивими йому якісними змінами, оскільки саме з їх допомогою найчастіше досягається бажаний результат, тоді як економічне зростання може бути викликане збільшенням ресурсів, і, в принципі, не відображає необхідності використання інтенсивних чинників.

Таким чином, ефективність виступає як індикатор розвитку та його найважливіший стимул. Ефективність – якісна категорія, пов’язана з інтенсивністю розвитку підприємства (динамічною якісною категорією), та відображає глибинні процеси вдосконалення, що відбуваються в усіх елементах системи господарюючого суб’єкта.

Слід зазначити, що деякі автори ототожнюють поняття ефективності з економічністю (можливістю одержати якомога більше з доступних ресурсів) та з її показниками, зокрема з показником відношення цінності виходів до цінності входів [10]. Даний підхід, на наш погляд, є досить спірним, оскільки, по-перше, ефективність як економічну категорію та її показники слід розділяти, та, по-друге, пропонується показник (відношення цінності виходів до цінності входів) носить суто суб'єктивний характер, оскільки під цінністю мається на увазі корисність, яка, крім іншого, не може бути виражена кількісно (в усякому разі, ніхто не тільки не вивів показника міри корисності, але і не довів можливості її існування).

Економісти неокласичної школи і школи неокласичного синтезу ототожнюють ефективність з оптимальністю і рівновагою, що, на наш погляд, є також не досить коректним з наступних міркувань.

Системний підхід пов'язує поняття оптимальності та оптимуму з метою економічної системи. З цих позицій оптимум економічної системи є максимально досяжним за наявних ресурсів значенням цільової функції системи, тобто відображає максимально можливе досягнення поставленої мети. Це дає підставу підтримати висловлену відомими популяризаторами теорії катастроф Т. Постоном і Й. Стюартом точку зору, згідно з якою оптимум системи не єдиний. Вони писали, що економістам пора відмовитися від таємничої гіпотези, що передбачає існування єдиного оптимуму, до якого всіх веде "невидима рука" і звернутися до множинного оптимуму, що має місце насправді [13]. Можна сказати, що, скільки цілей у економічній системі, стільки у неї можливих оптимумів, і кожній меті відповідає свій оптимум. Важко не погодитися також з тим, що оптимум надзвичайно важко досяжний: як і рівновага, він може бути лише короткою миттю, за якою знову слідє не оптимальність, породжена опором середовища.

У зарубіжній практиці широко використовується тотожна за сутністю і змістом ефективності економічна категорія продуктивності суспільного розвитку, суб'єктів економічної діяльності. Відповідно до визначення, наведеного у Британській енциклопедії, продуктивність слід розуміти як відношення того, що вироблено, до того, що необхідно для виробництва цієї продукції [14, с. 22]. Американський економіст Д. Сінк, визначає сутність цієї економічної категорії таким чином: "продуктивність – це відношення кількості продукції, виробленої даною системою за даний період часу, до кількості ресурсів, спожитих для створення чи виробництва цієї продукції за той же період" [15, с. 29]. Проте Д. Сінк, досліджуючи проблеми управління ефективністю діяльності фірм, вивчає та узагальнює проблематику продуктивності не тільки як такої, але й її місце в більш загальній системі кількісних і якісних індикаторів економічного розвитку підприємства.

Узагальнюючи наведені міркування, можна зробити висновок про те, що під час формування єдиної концепції теорії ефективності, на наш погляд, слід дотримуватися визначального положення категорії "ефективність", а "результативність", "продуктивність" і "економічність" розглядати як основні її характеристики, оскільки кожна з них відбиває лише один бік багатогранного поняття "ефективність".

Опис категорії "ефективність" через результативність, дієвість, економічність, продуктивність або системи взаємодоповнюючих критеріїв, має під собою методологічну основу, що досить чітко обґрунтована Д. Сінком, який займає особливе місце серед вчених, що займалися теорією ефективності. У його праці [15] наводиться системна концепція управління ефективністю, яку він ототожнює з результативністю. Д. Сінк не дає чіткого визначення результативності, проте, відзначає, що результативність характеризує і ефективність, і продуктивність, і прибутковість. За Д. Сінком результативність характеризується сукупністю кількісних та якісних індикаторів стану і динаміки розвитку фірми, до яких належать дієвість (*effectiveness*); економічність (*efficiency*); продуктивність (*productivity*); прибутковість (*profitability*); якість (*quality*); якість трудового життя; (*quality of work life*); нововведення (*innovation*).

На наш погляд, основною визначальною характеристикою ефективності діяльності підприємства є результативність як сукупність індикаторів стану і динаміки розвитку підприємства. При цьому, результативність відображає як ступінь відповідності результатів поставленим цілям (дієвість), так і витраченим при цьому ресурсам (економічність).

Таким чином, "ефективність" є багатогранною та багатозаровою економічною категорією, яка синтезує в собі різні поняття та характеристики, що тісно взаємопов'язані, взаємообумовлені та взаємодіють.

Ефективність – узагальнююча, якісна категорія успішності функціонування підприємства, визначальною характеристикою якої є результативність як сукупність індикаторів стану та динаміки розвитку підприємства (дієвості, економічності, продуктивності та прибутковості).

Питання оцінки ефективності функціонування відносяться до напрямків наукових досліджень, які досить широко висвітлені у працях вчених-економістів різних періодів та наукових шкіл. За останні десятиріччя накопичений значний досвід в методології оцінки ефективності, значно збільшилася кількість оцінних показників і використовуються різні методики їх розрахунку.

Проте, ефективність – величина суб'єктивна і залежить не тільки від результатів діяльності об'єкта оцінки, але і від корисності отриманих результатів для суб'єкта оцінки. Тому визначення ефективності діяльності підприємства можливе лише з урахуванням точок зору різних суб'єктів оцінки – зацікавлених сторін.

Практична цінність теорії зацікавлених сторін може бути відчутною лише тоді, коли правильно визначено склад зацікавлених сторін, співвідношення інтересів, розроблено систему вимірювання та оцінки взаємного впливу різних сторін. "Усі зацікавлені в роботі організації сторони взаємодіють всередині свого роду "екосистеми". Безумовно, деякі з них відіграють більш важливу роль. Але нехтувати будь-якої зацікавленою стороною у сучасному суспільстві – означає проявляти виняткову недалекоглядність і наївність" [16, с. 12]. Тільки у злагодженій багатовекторній політиці управління можна знайти відповідь на загрози, яке створює сучасне ринкове середовище, що прямує до глобалізації і невизначеності [30].

У той же час очевидно, що число зацікавлених сторін будь-якого підприємства близько до нескінченного (якщо слідувати визначенню Фрімена, згідно з яким зацікавленою стороною є "будь-яка група або індивід, які можуть вплинути або на які впливає досягнення мети організації" [2]). У зв'язку з цим, на практиці необхідний вибір тих груп та індивідів з величезної безлічі стейкхолдерів, які дійсно важливі та чий інтереси дійсно варто враховувати [3].

У цьому контексті професор Вищої школи економіки Гурков І.Б. слушно зазначає, що наявність впливу стейкхолдера на фірму, і тим більше наявність впливу фірми на стейкхолдера зовсім не дає легальних підстав для його участі у виробленні цілей фірми, до здійснення дій – він може захищати свої інтереси за наслідками здійснення дій. Ситуація змінюється, якщо ми уявимо, що стейкхолдери не просто групи і особи, що займаються діяльністю фірми, а "вкладники" певного типу ресурсу. Тоді коло даних осіб значно скорочується [17].

Слід також зауважити, що коло зацікавлених сторін значною мірою залежить від галузевої приналежності підприємства. Так, наприклад, ключовими зацікавленими сторонами підприємства торгівлі є споживачі, постачальники, власники та персонал.

Спираючись на те, що торгівля виконує посередницькі операції в процесі обміну і реалізації продуктів праці кінцевому споживачу, найважливішим пріоритетом підприємства роздрібною торгівлі стає формування та зміцнення взаємин саме зі споживачами, від рівня задоволеності яких безпосередньо залежить результативність діяльності та спроможність успішного розвитку підприємства. З іншого боку, виходячи з суті торговельно-посередницької діяльності, що полягає в закупівлі та реалізації товарів, найважливішими складовими процесу обслуговування клієнтів торговельного підприємства є встановлення відповідних

відносин з постачальниками задля забезпечення постійної наявності необхідного асортименту товарів. Налагодження тривалої взаємодії з постачальниками істотним чином впливає на розвиток підприємств роздрібною торгівлі та сприяє посиленню їх конкурентної позиції на споживчому ринку. При цьому існує і зворотний зв'язок: низька задоволеність або нелояльність постачальників може лишити підприємство можливості відповідати очікуванням покупців. Безпосередній вплив на утримання споживачів, якість обслуговування клієнтів та імідж здійснюють персонал торговельного підприємства. Високоякісні співробітники сприяють успіху компанії, їх прихильність до основних цінностей своєї організації (таких як орієнтованість на клієнта) – результат ефективного менеджменту.

Необхідно відмітити, що до цього переліку можуть також бути включені й інші зацікавлені сторони (наприклад, кредитори або інвестори), за умови, якщо їх "вклад" є справді значним та важливим для торговельного підприємства.

Слід зазначити, що теорія зацікавлених сторін нерозривно пов'язана з управлінськими процесами та їх результатами, що виникають відносно ресурсних відносин підприємства з його зацікавленими сторонами. У цьому контексті Дж. Пост, Л. Престон та С. Сакс справедливо відзначають: "Всі ресурси фірми, так або інакше, представлені різними зацікавленими сторонами, а відносини фірми зі своїми зацікавленими сторонами роблять ресурси доступними для організації. Саме динамічні взаємодії із споживачами, працівниками, постачальниками, інвесторами й іншими зацікавленими сторонами формують організаційну здатність генерувати багатство з часом" [18, с. 53].

Зацікавлені сторони поставляють підприємству торгівлі необхідні для його функціонування ресурси тому, що його діяльність дозволяє задовольняти їх запити та потреби. При цьому, задоволення запитів стейкхолдера є не чим іншим, як отримання їм від підприємства ресурсів (у найширшому сенсі цього поняття). Таким чином, відносини між організацією та її стейкхолдерами вибудовуються навколо ресурсного обміну, оскільки кожна зацікавлена сторона прагне створити власну ресурсну базу, яка найкращим чином відповідала б її цілям [3].

У теорії "контрактів" (на яку доволі часто посилаються прибічники теорії зацікавлених сторін [6]) для характеристики ресурсного обміну використовуються специфічні терміни, такі як: внески (матеріальна, грошова, фізична та інша участь зацікавлених сторін у діяльності підприємства) і стимули (вигоди та компенсації у будь-якій формі), які забезпечують підприємство зацікавленими сторонами.

Стейкхолдери забезпечують фірму необхідними ресурсами та в обмін чекають задоволення своїх інтересів. Тут, з погляду будь-якої сторони, підприємство роздрібною торгівлі представляється як сукупність інтересів і відносин інших сторін. При цьому, саме інтерес, як реальна причина дій економічних суб'єктів у економічному просторі, є спонукальним мотивом до взаємодії з підприємством.

Адаптуючи основні положення теорії зацікавлених сторін та теорії "контрактів" до мети нашого дослідження, необхідно зазначити, що кожна зацікавлена сторона під час взаємодії з підприємством роздрібною торгівлі переслідує певні інтереси, несе певні витрати (робить внески) та отримує певний результат, який сприймається або як ефект (вигода), або як деструкція. При цьому, співставлення отриманого ефекту з понесеними затратами (вкладеними ресурсами) дозволяє оцінити ефективність функціонування роздрібного торговельного підприємства з позиції кожної з зацікавлених сторін.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Резюмуючи проведені дослідження, слід зазначити, що наведений погляд на оцінку ефективності

функціонування підприємства з позиції зацікавлених сторін не суперечить основним аспектам визначення змісту та сутності категорії "ефективність", оскільки:

– по-перше, є носієм цільового підходу, внаслідок того, що кожна зі сторін, переслідуючи певний інтерес, намагається досягти визначеної мети;

– по-друге, дозволяє врахувати співвідношення цілей із засобами їх досягнення;

– по-третє, дає можливість визначити уразливі та раціональні сторони діяльності підприємства порівняно з конкурентами, а керівникам підприємства – зрозуміти правильність розподілу ресурсів.

Список використаної літератури:

1. Пригожин А.И. Современная социология организаций [Текст] / А. И. Пригожин. – М., 1995. – С. 296.
2. Freeman R.E. Strategic Management [Text] / R.E. Freeman. A Stakeholder Approach. – Boston: Pitman, 1984.
3. Петров М. А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения [Текст] / М.А. Петров // Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент. – 2004. – № 2. – С. 51–68.
4. Donaldson T. The stakeholder theory of the corporation: concept, evidence, and implications [Text] / T. Donaldson, L.E. Preston // Academy of Management Review. – 1995. – 20(1). – P. 65–91.
5. Gibson K. The moral basis of stakeholder theory [Text] / K. Gibson // Journal of Business Ethic. – 2000. – 26(3). – P. 245–257.
6. Donaldson T. The stakeholder revolution and the Clarkson principles [Text] / T. Donaldson // Business Ethic Quarterly. – 2002. – 12(2). – P. 107–111.
7. Благов Ю.Е. Бизнес и общество: новая парадигма исследований [Текст] / Ю.Е. Благов // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 2 – С. 151–159.
8. Clarkson M.B.E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance [Text] / M.B.E. Clarkson // Academy of Management Review. – 1995. – 20. – P. 65–91.
9. Барсов А.А. Эффективность общественного производства [Текст] / А.А. Барсов. – Минск: Наука и техника, 1979. – С. 13.
10. Хейне П. Экономический образ мышления [Текст] / П. Хейне, П.Д. Боуттке, Д.Л. Причитко; [пер. с англ.]. – М.: Вильямс, 2007. – С. 530.
11. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cultinfo.ru/fulltext/1/001/008/130/alp_578.htm.
12. Толковый словарь русского языка [сост. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова]. – М.: Азбуковник, 2006. – С. 944.
13. Постон Т. Теория катастроф и ее приложения [Текст] / Т. Постон, Й. Стюарт; [пер. с англ.]. – М., 1980. – С. 519.
14. Эйлон С. Система показателей эффективности производства (прикладной анализ) [Текст] / С. Эйлон, Б. Голдун, Ю. Сезанн; [пер. с англ.]; под ред. Ю.Я. Ольсевича. – М.: Экономика, 1980. – С. 192.
15. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение [Текст] / Д. С. Синк; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1989. – С. 528.
16. Dearden J. Measuring profit center managers [Text] / J. Dearden // Harvard Business Review. – September – October 1987. – Vol. 65. – P. 84–88.
17. Гурков И.Б. Интегрированная метрика стратегического процесса – попытка теоретического синтеза [Электронный ресурс] / И.Б. Гурков. – Режим доступа: http://www.hse.ru/data/385165/1_235.doc.
18. Post J.E. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organization Wealth [Text] / J.E. Post, L.E. Preston., S. Sachs // Stanford University Press. – 2002.

ГРОСУЛ Вікторія Анатоліївна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки підприємств харчування і торгівлі Харківського державного університету харчування і торгівлі

АВАНЕСОВА Ніна Едуардівна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри фінансів Харківського державного університету будівництва і архітектури