

Олексій М. Гуцалюк, Оксана В. Ярошевська, Наталія М. Шматко, Інна В. Кулько-Лабинцева, Алла С. Наволокіна

Стейкхолдерський підхід до вибору стратегії взаємодії між підприємством і банком

Теорія стейкхолдерів домінує в питанні виявлення особливостей впливу зацікавлених сторін на діяльність різних організацій. Однак лише деякі дослідження покладаються на неї в контексті підприємств, які вибирають банки як своїх фінансових партнерів. Розглядаючи взаємозв'язок між підприємством і банком з точки зору згаданої теорії, автори презентують підхід до вибору стратегій взаємодії з цим типом стейкхолдерів.

Запропонований підхід містить у собі такі етапи: визначення цілей взаємодії підприємств і банків, уточнення та порівняння характеристик потенційних партнерів, ранжування банків з метою обґрунтування вибору партнера/партнерів для взаємодії, а також вибір стратегій взаємодії та формування змісту моделей поведінки, притаманних підприємствам (стратегії наступальних дій або стратегії переговорів). Критеріями вибору стратегії є цілі взаємодії між підприємствами (надання комплексних послуг або задоволення індивідуальних фінансових потреб) та їх фінансовий стан, що визначає зацікавленість банків у партнерстві.

Результати застосування запропонованої методології розрахунку рейтингових показників та відповідного рейтингу банків показали, що 18% банків, що входять до досліджуваного списку надійних українських банків, мають високий рівень інноваційної активності та прийнятний рівень витрат на банківські послуги для бізнес-клієнтів (тобто ведуть орієнтовану на споживача політику). Отже, для отримання комплексних банківських послуг у поєднанні з високим або середнім рівнем зацікавленості банків у взаємодії, підприємствам рекомендується обирати, відповідно, масштабну наступальну стратегію або масштабну стратегію переговорів.

Теорія стейкхолдерів і врахування визначених у статті критеріїв дозволять підприємствам обирати стратегії взаємодії, що відповідають їхнім потребам у фінансових послугах і згладжують протиріччя між інтересами партнерів.

Ключові слова: підприємства, стейкхолдери, стратегії взаємодії, цілі партнерства, порівняльна характеристика банків

Класифікація JEL: D21, G21, L20



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Алексей М. Гуцалюк, Оксана В. Ярошевская, Наталия М. Шматко, Инна В. Кулько-Лабинцева, Алла С. Наволокина

Стейкхолдерский подход к выбору стратегии взаимодействия между предприятием и банком

Теория стейкхолдеров доминирует в вопросе раскрытия особенностей влияния заинтересованных сторон на деятельность разных организаций. Однако только некоторые исследования полагаются на нее в контексте предприятий, выбирающих банки в качестве своих финансовых партнеров. Рассматривая взаимосвязь между предприятием и банком с точки зрения упомянутой теории, авторы представляют подход к выбору стратегии взаимодействия с этим типом стейкхолдеров.

Предложенный подход включает следующие этапы: определение целей взаимодействия предприятий и банков, уточнение и сравнение характеристик потенциальных партнеров, ранжирование банков с целью обоснования выбора партнера/партнеров для взаимодействия, а также выбор стратегии и формирование содержания моделей поведения, присущих предприятиям (стратегии наступательных действий и стратегии переговоров). Критериями выбора стратегии являются цели взаимодействия между предприятиями (оказание комплексных услуг или удовлетворение индивидуальных финансовых потребностей) и их финансовое состояние, что определяет заинтересованность банков в партнерстве.

Результаты применения предложенной методологии расчета рейтинговых показателей и соответственного рейтинга банков показали, что 18% банков, которые входят в исследуемый список надежных украинских банков, имеют высокий уровень инновационной активности и приемлемый уровень затрат на банковские услуги для бизнес-клиентов (то есть следуют ориентированной на потребителя политике). Таким образом, для получения комплексных банковских услуг в сочетании с высоким или средним уровнем заинтересованности банков во взаимодействии, предприятиям рекомендуется выбирать, соответственно, масштабную наступательную стратегию или масштабную стратегию переговоров.

Теория стейкхолдеров и принятие во внимание установленных в статье критериев позволят предприятиям выбирать стратегии взаимодействия, которые соответствуют их потребностям в финансовых услугах и сглаживают противоречия между интересами партнеров.

Ключевые слова: предприятия, стейкхолдеры, стратегии взаимодействия, цели партнерства, сравнительная характеристика банков

Классификация JEL: D21, G21, L20



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.