

В. Й. Жежуха,

к. е. н, доцент, заступник директора Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0962-8366>

Н. О. Скибінський,

аспірант кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5903-3037>

DOI: 10.32702/2306-6814.2025.5.140

СТЕЙКХОЛДЕРИ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ: БІБЛІОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗА ДАНИМИ SCOPUS

V. Zhezhukha,

PhD in Economics, Associate Professor, Deputy Director of the Educational and Research Institute of Economics and Management, Lviv Polytechnic National University

N. Skybinskyi,

Postgraduate student, Lviv Polytechnic National University

STAKEHOLDERS IN SCIENTIFIC DISCOURSE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS BASED ON SCOPUS DATA

У статті виявлено ключові аспекти у наукових дослідженнях щодо тематики стейкхолдерів у сфері бізнесу та управління, які привертають найбільше уваги дослідників, ідентифіковано провідні теми й авторів, а також здійснено аналізування динаміки публікацій і ключових концепцій за окресленою тематикою. Визначено п'ять основних напрямів сучасного наукового дискурсу щодо стейкхолдерів у бізнесі та управлінні: вплив зацікавлених сторін на управління організаціями та на процеси ухвалення рішень; залучення стейкхолдерів у розв'язання проблем сталого розвитку; взаємодія і діалог зі стейкхолдерами; створення цінності для стейкхолдерів; роль стейкхолдерів в інноваціях та розвитку екосистем. Дослідження демонструє і зміну акцентів у вивченні проблематики стейкхолдерів: від традиційного вузькоспеціалізованого підходу до багатовимірного аналізу, що включає соціальну відповідальність, сталий розвиток та етичні аспекти взаємодії із зацікавленими сторонами.

The purpose of the study is to identify the key aspects of scientific research on stakeholders in business and management that attract the most attention from researchers. We conducted a bibliometric analysis of publications in the Scopus database for 2015–2024 that contain the terms "stakeholder" or "stakeholders" in the title or abstract. The sample covers 1871 scientific articles in the subject areas of "Business, Management and Accounting" and "Decision Sciences". We used the methods of content analysis and bibliometric analysis.

We identified five main areas of contemporary scientific discourse on stakeholders in business and management: the influence of stakeholders on organisational management and decision-making processes, involvement of stakeholders in solving sustainable development problems, interaction and dialogue with stakeholders, creating value for stakeholders, and the role of stakeholders in innovation and ecosystem development. The study also demonstrates a shift in emphasis in the study of stakeholder issues from the traditional highly specialised approach to a multidimensional analysis that includes social responsibility, sustainable development and ethical aspects of stakeholder engagement.

The study demonstrates a shift in emphasis in the study of stakeholder issues from the traditional highly specialised approach to a multidimensional analysis that includes social responsibility, sustainable development and ethical aspects of stakeholder engagement.

The obtained results can be used in the strategic management of companies to develop effective models of interaction with stakeholders, as well as in the formation of corporate social responsibility policies.

We conclude that the range of stakeholders is expanding, and the significance of their influence on business processes is growing. The issues of transparent communication, trust, inclusiveness and sustainable development remain essential. Further research could focus on comparing the dynamics of approaches to stakeholder research (what happened in the past / what is happening now). It is also worth conducting research on which aspects of the outlined issues remain insufficiently covered in scientific works. It is also possible to predict how attention to the topic of stakeholders in business will change in the coming years.

Ключові слова: індустрія 5.0., інновація, соціальна відповідальність, сталий розвиток, стейкхолдер, цінність, бізнес-екосистема, Scopus.

Key words: industry 5.0, innovation, social responsibility, sustainable development, stakeholder, value, business ecosystem, Scopus.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У ринкових умовах господарювання бізнес стає дедалі більш взаємопов'язаним і динамічним. Щоб успішно функціонувати за цих умов, підприємці зобов'язані враховувати інтереси та потреби широкого кола зацікавлених осіб (стейкхолдерів), а саме: постачальників, споживачів, працівників, територіальних громад, органів місцевої влади тощо. І сьогодні недостатньо зважати виключно на інтереси власників (акціонерів), ігноруючи стейкхолдерів. Орієнтація на останніх дає змогу забезпечити довгостроковий успіх організацій. Сприяє цьому і розвиток інформаційних технологій (штучний інтелект, Big Data, онлайн платформи, соціальні мережі та ін.), які формують нові можливості для взаємодії, а також сприяють швидкому аналізуванню запитів зацікавлених сторін. Під впливом цих та інших обставин суб'єкти господарювання все частіше взаємодію зі стейкхолдерами розглядають як важливу складову власної корпоративної стратегії, щоб і надалі залишатись конкурентоспроможним у глобальному бізнес-середовищі.

Враховуючи вищенаведене, актуальним постає завдання розуміння того, які аспекти тематики стейкхолдерів розглядаються у сучасному науковому дискурсі та привертають найбільше уваги дослідників. Не менш важливим є й виявлення закономірностей того, як змінились акценти у дослідженні проблематики стейкхолдерів у динаміці наукових досліджень.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні наукові дослідження у сфері стейкхолдер-менеджменту демонструють значний інтерес наукової спільноти до питань взаємодії суб'єктів господарювання із зацікавленими сторонами, особливо в контексті стратегічного управління, сталого розвитку та цифрових технологій. У цій сфері відомими є праці таких науковців, як Ф. Акерманн, М. Аміне, Ф. Боріні, Т. Віртанен, Ю. Гао, С. Деллапортас, А. Дженнаро, К. Іден, М. Крістофаро, Д. Луо, П. Маккірнан, М. Матараццо, Ю. Ніє, С. Одуру, М. Саутер, С. де Томмазо, Л. Ухна, Р. Флюгум, Т. Хафсі, І. Христов, Т. Чахович, Р. Чіміні та ін. Дослідження, проведені на основі наукометричних баз даних (зокрема, Scopus), свідчать про зростання кількості

наукових публікацій, присвячених цій тематиці, особливо у предметних галузях "Business, Management and Accounting" та "Decision Sciences".

Авторське дослідження ґрунтується на аналізованні публікацій у наукометричній базі Scopus, яка, як відомо, є однією з провідних бібліографічних баз даних наукових публікацій. Зокрема, авторами було здійснено бібліометричний аналіз публікацій, що містять терміни "stakeholder" або "stakeholders" у полях заголовку статті ("article title") та анотації ("abstract"), щоб охопити всі основні дослідження, які прямо або опосередковано стосуються тематики стейкхолдерів. Авторський аналіз охоплює публікації за період 2015-2024 рр. Ці часові рамки були встановлені для того, щоб виявити динаміку досліджень окресленої проблематики за останнє десятиліття. Крім того, було відібрано лише ті наукові публікації, що належать до предметних областей "Business, Management and Accounting" (понад 1800 статей) та "Decision Sciences" (близько 230 статей), щоб забезпечити фокус на управлінському та бізнесовому аспектах проблематики досліджень стейкхолдерів. Для аналізу була відібрана лише категорія "наукові статті (article)", тим самим виключено матеріали конференцій, рецензії та інші типи публікацій. Методологічна основа дослідження включає бібліометричний аналіз та контент-аналіз (розгляд ключових тем у виокремлених публікаціях).

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою дослідження є виявлення ключових аспектів у наукових дослідженнях щодо тематики стейкхолдерів у сфері бізнесу та управління, які привертають найбільше уваги дослідників, ідентифікування провідних тем й авторів, а також аналізування динаміки публікацій і ключових концепцій за окресленою тематикою.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Результати виконаних досліджень дають змогу виокремити низку ключових напрямів, за якими аналізуються стейкхолдери у сфері бізнесу та управління. Перший такий напрямок стосується впливу зацікавлених сторін на управління організаціями та на процеси ухвалення рішень. Зокрема, у відповідних дослідженнях аналізуються, як різні групи стейкхолдерів впливають на стратегічні рішення суб'єктів господарювання; вивчається, як організації балансують між інтересами різних груп зацікавлених сторін; розглядається концепція ієрархії стейкхолдерів, коли домінуючі групи можуть впливати на інші тощо. Як приклад, у роботі [1] авторами виокремлено п'ять важливих факторів для ефективного управління стейкхолдерами, які включають: визначення природи стейкхолдера; відокремлення тих, кому не байдужа стратегія компанії та її реалізація, від тих, хто не має відношення до неї, але може на неї вплинути; звернення до стейкхолдерів на відповідному рівні; врахування як внутрішніх, так і зовнішніх стейкхолдерів, а також реакції стейкхолдерів на запропоновані стратегії та динаміку, що виникає внаслідок цього. Своєю чергою, у праці [2] аналізується, як мережа стейкхолдерів впливає на бізнес-моделі, а також висвітлюється роль дові-

ри і прихильності у формуванні відносин між компанією та її стейкхолдерами. Авторами [5] досліджено баланс між бізнес-стратегіями та етичними аспектами управління стейкхолдерами через теорію систем. І. Христов, Р. Чіміні та М. Крістофаро [9] вказують на те, що "думка стейкхолдерів є одним із ключових вимірів, які впливають на результати діяльності компаній, безпосередньо впливаючи на процес прийняття управлінських рішень". Ці ж автори доводять, що стратегія, орієнтована на залучення стейкхолдерів, позитивно корелює з економічною ефективністю підприємства. У роботі [21] автори досліджують, як удосконалити комунікацію між стейкхолдерами в управлінні проектами, особливо коли рівень знань про таке управління є недостатнім.

Наступний напрямок, за якими аналізуються стейкхолдери у сфері бізнесу та управління, — це залучення зацікавлених сторін у розв'язання проблем сталого розвитку. Результати досліджень науковців у цій сфері стосуються ролі стейкхолдерів у досягненні Цілей сталого розвитку (SDGs), поглибленого вивчення механізмів впливу зацікавлених сторін на стале управління організаціями тощо. Окрема увага у наукових працях звертається і на проблематику відповідальності суб'єктів господарювання за так званих "майбутніх" стейкхолдерів (екосистема, майбутні покоління тощо). Як приклад, Т. Чахович та Т. Віртанен [3] зауважують, що "погляди стейкхолдерів часто трактують як джерело сталого розвитку, а відсутність сталого розвитку — як егоцентричну зосередженість на самій організації". Ці ж автори описують випадки, коли організація "піднімає питання сталого розвитку та турботи про майбутніх стейкхолдерів". Науковці доводять, що підприємства можуть виступати ініціаторами сталого розвитку, навіть якщо поточні стейкхолдери не виявляють значного інтересу до цієї тематики.

Р. Онбгудда та С. Огата [15] аналізують взаємозв'язок між групами стейкхолдерів та практиками сталого розвитку у бізнесі. Автори зазначають, що "модель структурного рівняння, використана в цьому емпіричному дослідженні, підтримує теорію стейкхолдерів і показує, що як PS, так і SS групи суттєво впливають на сталі практики в компанії". Дослідження авторів на прикладі японського підприємництва підтверджує, що як первинні, так і вторинні зацікавлені сторони активно впливають на всі аспекти сталого бізнесу.

У роботі [8] розглянуто різні підходи суб'єктів господарювання до корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та їхній вплив на економічну ефективність. Розуміючи обмежені ресурсні можливості інвестування в корпоративну соціальну відповідальність, автори спираються "на перспективу значущості стейкхолдерів та ресурсно-орієнтований підхід (SRBV), щоб припустити, що стейкхолдери можуть мати різні рівні очікувань від КСВ і по-різному сприяти створенню цінності компанії". З урахуванням цього автори наголошують, що організації, які "використовують різні підходи до КСВ для різних зацікавлених сторін (висока варіативність КСВ), матимуть кращі фінансові показники". Це означає, що стратегічне управління КСВ через стейкхолдерів може покращувати результати діяльності компанії.

Ще інший аспект залучення стейкхолдерів у розв'язання проблем сталого розвитку розглянуто у роботі

[17] і стосується він ролі стейкхолдерів у сталому управлінні ланцюгами постачання. Авторами виявлено, що різні зовнішні та внутрішні групи стейкхолдерів впливають на впровадження принципів сталого розвитку у процеси постачання. Науковці показали, як "зацікавлені сторони та їхні ролі пов'язані з практиками сталого управління ланцюгами поставок". Результати досліджень свідчать про те, що "численні зовнішні та внутрішні зацікавлені сторони ланцюга постачання стимулюють, сприяють або перевіряють впровадження практик сталого управління ланцюгами поставок".

М. Матараццо, С. Одуро та А. Дженнaro [12] у своїй праці розглядають, як малі та середні підприємства (МСП) взаємодіють зі стейкхолдерами для досягнення цілей сталого розвитку. Автори показали "конкретні рівні залучення стейкхолдерів, які активізували МСП для досягнення Цілей сталого розвитку з метою спільного створення циркулярної цінності". Вони виявили, що визначальні механізми залучення включають відкритий діалог, співпрацю з місцевими громадами та активну взаємодію з працівниками.

Ще один напрямок, за яким аналізуються зацікавлені сторони у сфері бізнесу та управління у сучасному науковому дискурсі, — це взаємодія і діалог із стейкхолдерами. Наукові праці у цій сфері стосуються механізмів комунікації зі стейкхолдерами, включаючи соціальні мережі та залучення громад. Крім того, вивчається прозорість комунікації із різними групами зацікавлених осіб. Так, у роботі [20] звернено увагу на залучення стейкхолдерів у складних екосистемах послуг. Науковці пропонують нову концепцію створення цінності через емоційні, когнітивні та поведінкові аспекти залучення зацікавлених сторін, зазначаючи, що "розробили концептуальну основу та пов'язаний з нею набір з шести пропозицій, які досліджують процеси залучення багатьох зацікавлених сторін та створення цінності, таким чином вносячи новий погляд на взаємозв'язок між залученням та створенням цінності".

У науковій праці [13] автори аналізують роль соціальних мереж у залученні стейкхолдерів в європейському контексті, досліджуючи, які "характеристики постів у соціальних мережах призводять до більшого залучення зацікавлених сторін". При цьому автори застосовують метод автоматичного виявлення взаємодії за критерієм хі-квадрат для класифікації дописів у соціальних мережах на основі їхнього рівня залучення. Також науковці використовують автоматичний аналіз взаємодії, щоб визначити, які характеристики постів у соціальних мережах сприяють активному залученню. Науковці констатують, що це — "перше дослідження, яке розглядає комунікацію цілей сталого розвитку" для визначення найбільш значущих таких цілей, що призводять до більшого залучення зацікавлених сторін.

Д. Добія разом із співавторами [6] досліджують реакцію компаній на вимушене розкриття інформації (involuntary disclosures) у соціальних мережах, що ініційоване зацікавленими сторонами. Мова йде про ту інформацію, яка опублікована всупереч волі керівництва суб'єкта господарювання. Автори зауважують, що "хоча зацікавлені сторони зазвичай не продовжують брати участь у корпоративних комунікаціях, вони, ймо-

вірно, реагують, коли компанії заперечують інформацію, виявлену в результаті недобровільного розкриття".

Л. Нартей, В. Геніш та С. Доробанту у своїй праці [14] поглиблено вивчають ефективність діалогу між компаніями та стейкхолдерами, виокремлюючи чотири ключові чинники таких комунікацій: час, валентність, змістовність та актуальність. Автори доводять, що "відносна важливість цих елементів залежить від типу та статусу стейкхолдерів", адже різні групи зацікавлених сторін мають різні очікування щодо комунікації. Так, на думку науковців, урядові структури надають перевагу змістовності та актуальності, а не своєчасності та валентності. Економічні суб'єкти, своєю чергою, ставлять у пріоритеті своєчасність та значущість. Зацікавлені сторони громадянського суспільства надають перевагу своєчасності, значущості й актуальності над багатством. Суб'єкти з низьким статусом у різних секторах ставлять на перше місце актуальність і змістовність, тоді як суб'єкти з високим статусом вимагають уваги до всіх чотирьох елементів.

У згаданій вище праці [21] автори досліджують проблеми комунікації між менеджерами проєктів і стейкхолдерами через недостатнє знання управлінських термінів. Науковці визначають п'ять порогових концепцій управління проєктами, які є складними для розуміння зацікавленими сторонами проєкту: вигоди проєкту, "залізний" трикутник, критичний шлях, невизначеність і лідерство в проєкті. Зважаючи на ці інформаційні бар'єри, автори пропонують дієві підходи до розвитку ефективної комунікації зі стейкхолдерами проєкту.

Таким чином, зрозумілим є те, що за останні роки значно зріс інтерес наукової спільноти до взаємодії компаній зі стейкхолдерами через цифрові платформи та соціальні мережі. Водночас, результати досліджень свідчать, що виклики, пов'язані з прозорістю та ефективністю діалогу у цих комунікаціях, залишаються і надалі актуальними.

Зацікавлені сторони у сфері бізнесу та управління у сучасному науковому дискурсі аналізуються і за напрямком створення цінності для стейкхолдерів. Дослідження у цій сфері стосуються впливу сприйняття стейкхолдерів на фінансову ефективність компаній, механізмів розподілу цінності між учасниками екосистеми організації, ефективного управління взаємодійностями з різними групами стейкхолдерів для максимізації спільної цінності тощо. Як приклад, С. де Томмазо та Ф. Боріні [4] виконують дослідження щодо того, як підприємства управляють взаємодією із багатьма зацікавленими сторонами та описують процеси створення цінності через систему такої взаємодії. Система створення зазначеної цінності для стейкхолдерів складається із семи елементів: організаційна поведінка, бізнес-модель стейкхолдерів, незадоволена суспільна потреба, матриця переваг стейкхолдерів, переговорна сила стейкхолдерів, утримання ренти та механізм управління. Враховуючи це, на думку науковців, менеджери можуть формувати унікальні процеси своєї організації, використовуючи вказані елементи як рушійні сили.

Заслужовують на увагу і результати досліджень [19], де автори аналізують, як циркулярна економіка видозмінює класичне розуміння створення цінності та відно-

Таблиця 1. Ключові напрямки, за якими аналізуються стейкхолдери у сфері бізнесу та управління у сучасному науковому дискурсі

Основні напрямки	Ключові аспекти досліджень	Приклади досліджень
Вплив зацікавлених сторін на управління організаціями та на процеси ухвалення рішень	Вплив різних груп стейкхолдерів на стратегічні рішення суб'єктів господарювання; балансування інтересів різних груп зацікавлених сторін; концепція ієрархії стейкхолдерів, коли одні домінуючі групи можуть впливати на інші тощо.	Роль стейкхолдерів у формуванні корпоративної стратегії. Вплив мережі стейкхолдерів на бізнес-моделі. Забезпечення балансу між бізнес-стратегіями та етичними аспектами управління стейкхолдерами.
Залучення стейкхолдерів у розв'язання проблем сталого розвитку	Ролі стейкхолдерів у досягненні Цілей сталого розвитку (SDGs); вивчення механізмів впливу зацікавлених сторін на стале управління організаціями; відповідальність суб'єктів господарювання за так званих «майбутніх» стейкхолдерів та ін.	Дослідження участі стейкхолдерів у сталому розвитку підприємств. Взаємозв'язок між групами стейкхолдерів та практиками сталого розвитку у бізнесі. Роль стейкхолдерів у сталому управлінні ланцюгами постачання. Взаємодія малого та середнього бізнесу зі стейкхолдерами для досягнення цілей сталого розвитку.
Взаємодія і діалог зі стейкхолдерами	Механізми комунікації зі стейкхолдерами, включаючи соціальні мережі та залучення громад; вивчення рівня прозорості комунікації із різними групами зацікавлених осіб тощо.	Роль соціальних мереж і цифрових платформ у комунікації зі стейкхолдерами. Залучення стейкхолдерів у складних екосистемах послуг. Дослідження реакції компаній на вимушене розкриття інформації у соціальних мережах, що ініційоване зацікавленими сторонами. Ефективність діалогу між компаніями та стейкхолдерами. Проблеми комунікації між менеджерами проєктів і стейкхолдерами.
Створення цінності для стейкхолдерів	Вплив сприйняття стейкхолдерів на фінансову ефективність підприємств; механізми розподілу цінності між учасниками екосистеми організації; ефективність управління взаємовідносинами з різними групами стейкхолдерів для максимізації спільної цінності тощо.	Процеси створення цінності через систему взаємодії зі стейкхолдерами. Вплив циркулярної економіки на відношення класичного розуміння створення цінності та відношин зі стейкхолдерами. Використання риторики про цінність для стейкхолдерів як спосіб зниження тиску акціонерів.
Роль стейкхолдерів в інноваціях та розвитку екосистем	Залучення стейкхолдерів до інноваційного розвитку різних секторів; вплив зацікавлених сторін на інноваційні екосистеми тощо.	Дослідження структури стейкхолдерів інноваційної екосистеми. Механізми залучення стейкхолдерів у багатосторонніх екосистемах послуг. Роль стейкхолдерів у впровадженні Індустрії 5.0. Управління взаємодією зі стейкхолдерами під час розроблення продуктів циркулярної економіки.

Джерело: сформовано авторами на основі [1—21].

син зі стейкхолдерами. Науковці пропонують концепцію багатовимірної цінності, яка поєднує соціальні, економічні та екологічні аспекти, використовуючи "теорію стейкхолдерів для концептуалізації створення цінності як релятивної, системної діяльності, що включає в себе відносини з багатьма зацікавленими сторонами". Також автори зазначають, що "просування бізнесу та сталого розвитку циркулярної економіки вимагає співпраці зацікавлених сторін і спільної діяльності зі створення цінності з метою створення синергії".

У роботі Р. Флюгума та М. Саутера [7] досліджено, як компанії з низькими фінансовими результатами можуть використовувати риторику про цінність для стейкхолдерів як спосіб зниження тиску акціонерів. Автори зазначають, що "компанії, які не досягають очікуваних результатів, більш схильні посилатися на цілі, орієнтовані на зацікавлених осіб, у своїх публічних повідомленнях після оголошення результатів".

Г. Віглія, Р. Пера з колегами [20] звертають увагу на проблематику залучення стейкхолдерів у багатосто-

ронніх екосистемах послуг, виокремлюючи поведінкові, когнітивні та емоційні фактори, які впливають на створення цінності. Своєю чергою, М. Аміне та Л. Ухна [2] аналізують, як довіра та маркетинг взаємовідносин сприяють створенню цінності через взаємодію підприємства зі стейкхолдерами у бізнес-моделях. Автори вказують на те, що "компанія сприймається як вбудована в мережу відносин, в рамках якої спільно створюється і розподіляється цінність у процесі взаємодії між зацікавленими сторонами; відносини між компанією та її стейкхолдерами в мережі забезпечують різні цінності та ресурси, які можуть впливати на бізнес-модель".

Ще один напрямок, за яким аналізуються стейкхолдери у сфері бізнесу та управління у сучасному науковому дискурсі, — це роль стейкхолдерів в інноваціях та розвитку екосистем. Дослідження у цій сфері показують, як залучення стейкхолдерів сприяє інноваціям у різних секторах, який вплив мають зацікавлені сторони на інноваційні екосистеми, якими є успішні інноваційні системи із певними категоріями стейкхолдерів тощо.

Так, В. Остапенко з колегами [16], досліджуючи структуру стейкхолдерів інноваційної екосистеми та їхній вплив, пропонують критерії розподілу за підсистемами, а також здійснюють когнітивне моделювання взаємозв'язків між стейкхолдерами. Автори зазначають, що "цілеспрямований підхід до побудови інноваційної екосистеми дає змогу сформувати стейкхолдерів та забезпечити їхню ефективну взаємодію".

У роботі [20] ретельно розглянуто механізми залучення стейкхолдерів у багатосторонніх екосистемах послуг. С. Канкекар, І. Дедвол та А. Алі [10] досліджують роль стейкхолдерів у впровадженні Індустрії 5.0 та її вплив на ланцюги постачань в агропродовольчій сфері. Автори зазначають, що "індустрія 5.0 має численні переваги для агропродовольчого сектору, такі як підвищення гнучкості, оперативності, ефективності, продуктивності, точність прийняття рішень, а також економічна ефективність". Інші науковці [18] розглядають багатостороннє моделювання для техніко-економічного аналізу телекомунікаційних мереж, аналізуючи взаємодію стейкхолдерів у складних інноваційних екосистемах. Автори наголошують, що "для аналізу автономних рішень, прийнятих кожною із зацікавлених сторін, ми спочатку представляємо, як ідентифікувати стейкхолдерів, їх функції корисності, а також як з'ясувати та інтегрувати їх уподобання у функції корисності".

Заслужують на увагу і результати досліджень [11], у яких здійснюється аналізування управління стейкхолдерами у процесі розроблення продуктів циркулярної економіки в гірничодобувній промисловості. Автори, зокрема, виокремлюють потребу у структурованих підходах до взаємодії різних груп зацікавлених сторін, зазначаючи, що "різні типи зацікавлених сторін здійснюють свій вплив на різних етапах процесу розробки продукту". Крім того, авторами "було виявлено потребу в більш систематизованих способах управління різними типами стейкхолдерів при розробці продуктів циркулярної економіки".

Узагальнимо результати вищенаведеного у табл. 1.

Результати досліджень дають змогу сформувати твердження про те, що відбуваються зміни акцентів в дослідженні проблематики стейкхолдерів у науковій літературі, про що свідчить табл. 1. Донедавна пріоритети у науковому дискурсі були спрямовані на так зване традиційне розуміння зацікавлених сторін як групи людей або організацій, які прямо або опосередковано впливають на діяльність організації або зацікавлені в її результатах. Відтак, у ретроспективі варто говорити про певний формальний вузькоспеціалізований підхід у цьому напрямку. Натомість, в останнє десятиліття зміни спрямовані на багатовимірний підхід до розгляду проблематики стейкхолдерів (це і у контексті соціальної відповідальності, і практик сталого розвитку, й інклюзивності тощо). Розширюється й перелік зацікавлених сторін, наприклад, зараз беруться активно до уваги майбутні покоління як нова категорія стейкхолдерів. Зміщуються акценти й у бік етики та соціальної відповідальності у взаємодії зі стейкхолдерами, що впливатиме на добробут суспільства в цілому і на забезпечення цілей сталого розвитку.

Важливим є те, що формальні централізовані відносини зі стейкхолдерами поступово трансформуються у

більш гнучкі, адаптивні та децентралізовані, з огляду на що наголоси робляться на забезпечення відкритого діалогу із різними групами зацікавлених сторін, у тому числі із використанням цифрових платформ та соціальних мереж.

Наведені вище зміни можна вважати результатом глобальних трансформацій в бізнесі, у суспільстві та в управлінні, зокрема на тлі посилення уваги науковців до проблематики соціальних питань, сталого розвитку, циркулярності та інновацій.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК ЗА ЦИМ НАПРЯМКОМ

Враховуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що концепція стейкхолдерів продовжує розвиватися, впливаючи на різні сфери бізнесу, економіки та управління. Вплив зацікавлених сторін у діяльності пересічної організації виявляється на різних рівнях ухвалення рішень — від формування корпоративної стратегії до створення бізнес-моделей, що враховують баланс інтересів різних груп. Причому, важливе значення має взаємодія компаній зі стейкхолдерами, а також прозорість комунікації.

Взаємодія із стейкхолдерами сприяє створенню цінності для бізнесу, досягненню цілей сталого розвитку, впровадженню сталих бізнес-практик, розв'язанню екологічних та соціальних проблем, забезпеченню стабільності ланцюгів постачання. Крім великого бізнесу, зазначене є актуальним і для малих та середніх підприємств. Також в умовах сьогодення важливим є вплив стейкхолдерів на використання інноваційних моделей управління.

Перспективи подальших розвідок за проблемою можуть стосуватись порівняння у динаміці підходів до дослідження проблематики стейкхолдерів (що було колись / що є зараз). Також варто виконувати дослідження і щодо того, які аспекти окресленої проблематики залишаються недостатньо розкритими у наукових працях. Можливим є й прогнозування того, як зміниться увага до тематики стейкхолдерів у бізнесі у найближчі роки.

Література:

1. Ackermann F., Eden C., McKiernan P. Stakeholders in strategy-making. *Journal of Strategy and Management*. 2024. Vol. 17. No. 2. Pp. 282—296. <https://doi.org/10.1108/JSMA-11-2023-0280>
2. Amine M.E., Ouhna L. Stakeholder network, Relationship Marketing, and business model. *Advances in Business Strategy and Competitive Advantage*. 2022. Pp. 42—64. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4895-3.ch003>
3. Chakhovich T., Virtanen T. Accountability for sustainability — An institutional entrepreneur as the representative of future stakeholders. *Critical Perspectives on Accounting*. 2021. Vol. 91. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102399>
4. De Tommaso S., Borini F. Stakeholder value creation system: understanding the process. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. 2024. Vol. 15. No. 4. Pp. 777—806. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2023-0701>

5. Dellaportas S., Ji S., Siriwardhane P., Luo D. Revisiting the concept of the public interest in accounting: A stakeholder analysis. *Accounting and Finance*. 2024. <https://doi.org/10.1111/acfi.13236>
6. Dobija D., Cho C.H., She C., Zarzycka E., Krasodomska J., Jemielniak D. Involuntary Disclosures and Stakeholder-Initiated Communication on Social Media. *Organization & Environment*. 2023. Vol. 36. No 1. Pp. 69—97. <https://doi.org/10.1177/10860266221108711>
7. Flugum R., Souther M.E. Stakeholder Value: A Convenient Excuse for Underperforming Managers?. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. 2023. Pp. 1—34. doi:10.1017/S0022109023001308.
8. Gao Y., Nie Y., Hafsi T. (2023). Not all stakeholders are equal: Corporate social responsibility variability and corporate financial performance. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*. 2023. Vol. 32. No. 4. Pp. 1389—1410. <https://doi.org/10.1111/beer.12576>
9. Hristov I., Cimini R., Cristofaro M. Assessing stakeholders' perception influence on companies' profitability: evidence from Italian companies. *Production Planning & Control*. 2022. Vol. 35 (3). Pp. 308—322. <https://doi.org/10.1080/09537287.2022.2078247>
10. Kankekar S.S., Dadwal S.S., Ali A. Investigating the Factors, Challenges, and Role of Stakeholders in Implementing Industry 5.0 and Its Impact on Supply Chain Operations. *Opportunities and Challenges of Business 5.0 in Emerging Markets*. 2023. Pp. 124—150. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6403-8.ch007>
11. Kopman J., Leiviska V., Haapasalo H., Annunen P., Majava J. Stakeholder Management in Circular Economy Product Development in the Mining Industry — A Case Study. In: Alfnes, E., Romsdal, A., Strandhagen, J.O., von Cieminski, G., Romero, D. (eds) *Advances in Production Management Systems. Production Management Systems for Responsible Manufacturing, Service, and Logistics Futures*. APMS 2023. IFIP Advances in Information and Communication Technology. 2023. Vol. 692. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43688-8_8
12. Matarazzo M., Oduro S., Gennaro A. Stakeholder engagement for sustainable value co-creation: Evidence from made in Italy SMEs. *Business Ethics, the Environment & Responsibility* (Print). 2024. Special Issue. <https://doi.org/10.1111/beer.12654>
13. Mehmood A., Hajdini J., Iaia L., De Luca F., Sakka G. Stakeholder engagement and SDGs: the role of social media in the European context. *EuroMed Journal of Business*. 2022. Vol. 18. No. 1. Pp. 111—128. <https://doi.org/10.1108/emjb-11-2021-0173>
14. Nartey L.J., Henisz W.J., Dorobantu S. Reciprocity in Firm-Stakeholder Dialog: Timeliness, Valence, Richness, and Topicality. *Journal of Business Ethics*. 2023. Vol. 183. Pp. 429—451. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05063-8>
15. Onbuddha R., Ogata S. The influence of stakeholder on a company's sustainable practice: Insights from the Japanese perspective. *Journal of Cleaner Production*. 2023. Vol. 436. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140402>
16. Ostapenko V., Tyshchenko V., Rats O., Brusentseva O. Structuring and determining the influence of stakeholders on the innovation ecosystem. *Journal of Governance & Regulation*. 2024. Vol. 13. Issue 1. Pp. 123—134. <https://doi.org/10.22495/jgrv13i1art11>
17. Siems E., Seuring S., Schilling L. Stakeholder roles in sustainable supply chain management: a literature review. *Journal of Business Economics*. 2023. Vol. 93. No. 4. Pp. 747—775. <https://doi.org/10.1007/s11573-022-01117-5>
18. Simon B., Keller K., Sterz A., Freisleben B., Hinz O. and Klein A. "A Multi-Stakeholder Modeling Framework for the Techno-Economic Analysis of Telecommunication Networks," in *IEEE Communications Magazine*, vol. 61, no. 2, pp. 52—56, February 2023, doi: 10.1109/MCOM.001.2200318.
19. Tapaninaho R., Heikkinen A. Value Creation in Circular Economy Business for Sustainability: A Stakeholder Relationship Perspective. *Business Strategy and the Environment*. 2022. Vol. 31. No 6. <https://doi.org/10.1002/bse.3002>
20. Viglia G., Pera R., Dyussembayeva S., Mifsud M., Hollebeek L.D. Engagement and value cocreation within a multi-stakeholder service ecosystem. *Journal of Business Research*. 2023. Vol. 157. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113584>
21. Zwikael O., Salmona M., Meredith J., Zarghami S.A. Enhancing project stakeholder communication under insufficient knowledge of project management concepts. *Engineering, Construction and Architectural Management*. 2023. Vol. 30 No. 10. Pp. 5007—5029. <https://doi.org/10.1108/ECAM-02-2022-0154>

References:

1. Ackermann, F., Eden, C. and McKiernan, P. (2024), "Stakeholders in strategy-making", *Journal of Strategy and Management*, vol. 17 No. 2, pp. 282—296. <https://doi.org/10.1108/JSMA-11-2023-0280>
2. Amine, M.E. and Ouhna, L. (2022), "Stakeholder network, Relationship Marketing, and business model", *Advances in Business Strategy and Competitive Advantage*, pp. 42—64. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4895-3.ch003>
3. Chakhovich, T. and Virtanen, T. (2021), "Accountability for sustainability — An institutional entrepreneur as the representative of future stakeholders", *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 91. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102399>
4. De Tommaso, S.F.N. and Borini, F.M. (2024), "Stakeholder value creation system: understanding the process", *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 15 No. 4, pp. 777—806. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-09-2023-0701>
5. Dellaportas, S., Ji, S., Siriwardhane, P. and Luo, D. (2024). "Revisiting the concept of the public interest in accounting: A stakeholder analysis", *Accounting and Finance*. <https://doi.org/10.1111/acfi.13236>
6. Dobija, D., Cho, C. H., She, C., Zarzycka, E., Krasodomska, J. and Jemielniak, D. (2023), "Involuntary Disclosures and Stakeholder-Initiated Communication on Social Media", *Organization & Environment*, vol. 36 No 1, pp. 69—97. <https://doi.org/10.1177/10860266221108711>
7. Flugum, R. and Souther, M.E. (2023), "Stakeholder Value: A Convenient Excuse for Underperforming

Managers?", Journal of Financial and Quantitative Analysis, pp. 1—34. doi:10.1017/S0022109023001308.

8. Gao, Y., Nie, Y. and Hafsi, T. (2023), "Not all stakeholders are equal: Corporate social responsibility variability and corporate financial performance", Business Ethics, the Environment & Responsibility, vol. 32 No 4, pp. 1389—1410. <https://doi.org/10.1111/beer.12576>

9. Hristov, I., Cimini, R. and Cristofaro, M. (2022), "Assessing stakeholders' perception influence on companies' profitability: evidence from Italian companies", Production Planning & Control, vol. 35 (3), pp. 308—322. <https://doi.org/10.1080/09537287.2022.2078247>

10. Kankekar, S.S., Dadwal, S. S. and Ali, A. (2023), "Investigating the Factors, Challenges, and Role of Stakeholders in Implementing Industry 5.0 and Its Impact on Supply Chain Operations", Opportunities and Challenges of Business 5.0 in Emerging Markets, pp. 124—150. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6403-8.ch007>

11. Kopman, J., Leiviska, VM., Haapasalo, H., Annunen, P., Majava, J. (2023), "Stakeholder Management in Circular Economy Product Development in the Mining Industry — A Case Study". In: Alfnes, E., Romsdal, A., Strandhagen, J.O., von Cieminski, G., Romero, D. (eds) Advances in Production Management Systems. Production Management Systems for Responsible Manufacturing, Service, and Logistics Futures. APMS 2023. IFIP Advances in Information and Communication Technology, vol 692. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-43688-8_8

12. Matarazzo, M., Oduro, S. and Gennaro, A. (2024), "Stakeholder engagement for sustainable value co-creation: Evidence from made in Italy SMEs", Business Ethics, the Environment & Responsibility (Print), Special Issue. <https://doi.org/10.1111/beer.12654>

13. Mehmood, A., Hajdini, J., Iaia, L., De Luca, F. and Sakka, G. (2022), "Stakeholder engagement and SDGs: the role of social media in the European context", EuroMed Journal of Business, vol. 18 No 1, pp. 111—128. <https://doi.org/10.1108/emjb-11-2021-0173>

14. Nartey, L.J., Henisz, W.J. and Dorobantu, S. (2023), "Reciprocity in Firm-Stakeholder Dialog: Timeliness, Valence, Richness, and Topicality", Journal of Business Ethics, vol. 183, pp. 429—451. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05063-8>

15. Onbuddha, R. and Ogata, S. (2023), "The influence of stakeholder on a company's sustainable practice: Insights from the Japanese perspective", Journal of Cleaner Production, vol. 436. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140402>

16. Ostapenko, V., Tyshchenko, V., Rats, O. and Brusentseva, O. (2024), Structuring and determining the influence of stakeholders on the innovation ecosystem. Journal of Governance & Regulation, vol. 13, issue 1, pp. 123—134. <https://doi.org/10.22495/jgrv13i1art11>

17. Siems, E., Seuring, S. and Schilling L. (2023), "Stakeholder roles in sustainable supply chain management: a literature review", Journal of Business Economics, vol. 93 No 4, pp. 747—775. <https://doi.org/10.1007/s11573-022-01117-5>

18. Simon, B., Keller, K., Sterz, A., Freisleben, B., Hinz, O. and Klein, A. (2023), "A Multi-Stakeholder Modeling Framework for the Techno-Economic Analysis

of Telecommunication Networks", in IEEE Communications Magazine, vol. 61, no. 2, pp. 52—56, February 2023. doi: 10.1109/MCOM.001.2200318.

19. Tapaninaho, R. and Heikkinen, A. (2022), "Value Creation in Circular Economy Business for Sustainability: A Stakeholder Relationship Perspective", Business Strategy and the Environment, vol. 31, no. 6. <https://doi.org/10.1002/bse.3002>.

20. Viglia, G., Pera, R., Dyussembayeva, S., Mifsud, M. and Hollebeek, L.D. (2023), "Engagement and value cocreation within a multi-stakeholder service ecosystem", Journal of Business Research, vol. 157. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113584>

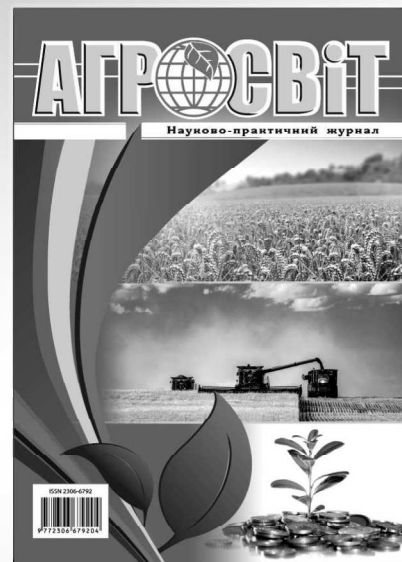
21. Zwikael, O., Salmons, M., Meredith, J. and Zarghami, S.A. (2023), "Enhancing project stakeholder communication under insufficient knowledge of project management concepts", Engineering, Construction and Architectural Management, Vol. 30 No. 10, pp. 5007—5029. <https://doi.org/10.1108/ECAM-02-2022-0154>.

Стаття надійшла до редакції 13.02.2025 р.

АГРОСВІТ

<https://nauka.com.ua>

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

**Журнал включено до переліку
наукових фахових видань України
з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)**

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292