

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СТЕЙКХОЛДЕРСКОГО ПОДХОДА В ИССЛЕДОВАНИИ РЫНКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

© 2017 Н.Ю. Власова, Е.Л. Молокова, Д.А. Карх\*

Актуальность исследования связана с тем, что высшее образование рассматривается как один из ведущих факторов повышения конкурентоспособности страны, соответственно необходимо понимать закономерности и тенденции его развития для формирования регулирующих механизмов и определения перспектив. Цель исследования - провести обзор существующих работ, посвященных применению стейкхолдерского подхода для анализа рынка высшего образования. Данная статья фокусируется на макроуровне - на изучении российского рынка высшего образования в целом, оставляя за рамками анализа мезо- и микроуровни (региональный рынок и отдельные образовательные учреждения). Дается ретроспективный взгляд на формирование теории стейкхолдеров и ее применение к анализу рынка высшего образования. Предлагается авторская точка зрения на состав и качественные характеристики стейкхолдеров рынка высшего образования. Рассмотрение общественных институтов и работодателей в качестве основных стейкхолдеров обосновывает создание инструментов мониторинга и общественного контроля, а также участие бизнеса в реализации образовательных программ, что обеспечивает возможность внешнего контроля за качеством высшего образования. Рынок высшего образования представляется как сеть неоклассических и отношенческих контрактов, что дает более глубокое понимание механизмов взаимодействия с государственными и общественными институтами.

**Ключевые слова:** рынок высшего образования, стейкхолдер, методология стейкхолдерского подхода, экстерналии, сеть контрактов.

### **Основные положения:**

- ◆ стейкхолдерский подход рассматривает рынок высшего образования в качестве сети контрактов стейкхолдеров, что, в свою очередь, позволяет дать оценку плотности формальных и неформальных связей стейкхолдеров, выявить институциональные пустоты, а также определить место и роль системы высшего образования относительно других участников образовательного рынка;
- ◆ интерпретация рынка высшего образования как сети контрактов стейкхолдеров позволяет обосновать необходимость контроля, мониторинга, общественной аккредитации и тому подобного со стороны всех заинтересованных сторон, в том числе общественных институтов и работодателей;
- ◆ стейкхолдерский подход позволяет более обоснованно вырабатывать координирующие механизмы для удовлетворения интересов всех участников рынка высшего образования, снижая возможность их рентоориентированного поведения.

### **Введение**

Российский рынок высшего образования сталкивается с процессами глобализации и международной конкуренции, что предъявляет повышенные требования к его эффективности. Актуальность темы исследования связана с тем, что количество стейкхолдеров имеет тенденцию роста со временем, и все больше

увеличивается важность понимания нужд и потребностей стейкхолдеров. Эффективность институтов высшего образования во многом связана с их способностью учесть интересы различных стейкхолдеров. Причем значимость внешних стейкхолдеров увеличивается по мере того, как сокращается бюджетное финансирование высшего образования.

\* Власова Наталья Юрьевна, доктор экономических наук, профессор. E-mail: nat-vlasova@yandex.ru; Молокова Елена Леонидовна, доцент. E-mail: elmo.sm@mail.ru; Карх Дмитрий Андреевич, доктор экономических наук, профессор. E-mail: dkarh@mail.ru. - Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург.

Несмотря на то, что рынок высшего образования изучается с разных точек зрения и с использованием разных подходов, именно стейкхолдерский подход дает возможность, во-первых, увязать “внешних” и “внутренних” стейкхолдеров рынка высшего образования; во-вторых, проанализировать взаимоотношения, взаимосвязи между ними, дать оценку плотности формальных и неформальных связей стейкхолдеров; в-третьих, обосновать выработку координирующих механизмов для удовлетворения интересов всех участников рынка высшего образования с учетом возможных оппортунистических действий различных групп стейкхолдеров. Несмотря на то, что существует достаточно большое количество публикаций, посвященных анализу стейкхолдеров на рынке высшего образования<sup>1</sup>, до сих пор нет четкого понимания полного состава стейкхолдеров, их характеристик, интересов, а главное - взаимоотношений между ними.

Цель исследования - провести обзор литературы, посвященный стейкхолдерскому подходу в целом и его применению к анализу рынка высшего образования; выявить основных стейкхолдеров рынка высшего образования и изучить характеристики их взаимодействий.

### Методы

Методологической основой данной статьи является стейкхолдерский подход, изучающий природу отношений стейкхолдеров, их институционализацию и результативность. Теоретическая почва для применения стейкхолдерского подхода к исследованию рынка высшего образования сформировалась в контексте развития научных концепций, содержащих подходы к пониманию категории образования.

### Результаты

Образование в подавляющем количестве концепций рассматривается шире, чем просто фирма, отрасль или вид деятельности по производству образовательного блага для конкретного потребителя. Начиная с концепции постиндустриального общества, в которой высшее образование рассматривалось как сектор нематериального производства, ответственный за формирование кадрового потенциала национальной экономики, и заканчи-

вая Концепцией технологических укладов, в рамках которой высшее образование позиционируется в качестве ядра нового технологического уклада: роль высшего образования всегда была шире границ производящих его субъектов (организаций высшего образования).

Соглашаясь с В.Л. Тамбовцевым, отметим, что в основу возникновения стейкхолдерской теории легла дискуссия о миссии учреждения, которая может заключаться только в удовлетворении интересов акционеров или быть гораздо более широкой, включающей в себя удовлетворение интересов работников, местного сообщества и др. Основным различием и шагом от концепции “акционерного владения” к “стейкхолдерской теории фирмы” являются изменения в составе круга лиц, принимающих решения (в первой теории такой состав ограничен акционерами, во второй - существенно расширен)<sup>2</sup>.

Оформление теории стейкхолдеров в науке связывается с именем Э. Фримена и с его монографией “Стратегический менеджмент: стейкхолдерский подход”, опубликованной в 1984 г. К заинтересованным сторонам (к стейкхолдерам), согласно предложенному в работе определению, относятся любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения и/или находящиеся под воздействием этих решений.

Таким образом, логика стейкхолдерского подхода, в основе которого лежит утверждение о том, что миссия фирмы существенно шире, чем удовлетворение интересов производителей и потребителей (непосредственных участников), и должна включать в себя заботу о благосостоянии гораздо более широкого круга агентов<sup>3</sup>. Данная установка соответствует логике исследований рынка высшего образования и обусловлена наличием положительных внешних эффектов (экстерналий), воздействие которых обеспечивает не только удовлетворение индивидуальных интересов конкретного стейкхолдера - реципиента образовательного блага (домохозяйство или студент), но и повышение благосостояния более широкого круга лиц, а также экономики в целом.

Теоретической основой исследования внешних эффектов высшего образования

можно обозначить дискуссию о соотношении индивидуального и общественного благосостояния, начатую В. Парето<sup>4</sup>. В основу дальнейших рассуждений положено понимание внешних эффектов (экстерналий), сформулированное А. Маршаллом и получившее развитие в работе А. Пигу<sup>5</sup>: "...не опосредованное рынком воздействие на третьих лиц..." Важными в контексте данной работы представляются выводы К. Эрроу<sup>6</sup> в исследовании, предлагающем эндогенную модель экономического роста, учитывающую внешние эффекты от получения работниками "образования на практике". Также следует в подтверждение гипотезы о наличии внешних положительных эффектов образования упомянуть серию теорий эндогенного экономического роста с учетом человеческого капитала<sup>7</sup>.

Ретроспективно математико-статистические обоснования наличия более широкого (чем индивидуального) эффекта от высшего образования указывались в достаточно большом количестве исследований. При этом следует обратить внимание, что в ряде работ данный эффект определялся через некоторое число лет обучения, через наличие ступеней образования. Группа исследований Д. Козна и М. Сото<sup>8</sup>, А. Хестона, Р. Саммерса и Б. Атена<sup>9</sup>, Р. Барроу и Й. Ли<sup>10</sup> содержит иллюстрации влияния образования на экономический рост посредством результатов регрессий, где каждый год обучения статистически значимо связан с долгосрочными темпами роста экономики. В других исследованиях проводилась корреляция качества образования (на основе тестирования учащихся) и роста ВВП (например, Э. Ханушек, Л. Вессман<sup>11</sup>). В обоих случаях указывалось на наличие причинно-следственной связи между качеством образования (в большей степени), числом лет обучения (в меньшей степени) и экономическим ростом.

Обобщая научные подходы к пониманию внешних эффектов высшего образования, выделим тезисы, имеющие наибольшее значение:

- ♦ внешние эффекты реализуются в форме превышения социальной выгоды над частной;

- ♦ реципиентами экстерналий является широкий круг субъектов (в частности, население, общественные институты, государство);

- ♦ опираясь на мнение Дж. Бреннан и Дж. Бьюкенен<sup>12</sup>, отметим, что наличие внешних эффектов (с существованием которых согласно большинству ученых) выводит образовательные отношения за рамки конкретного контракта в классическом смысле транзакции-сделки, из чего следует вывод о том, что отношения в сфере высшего образования всегда являются общественными в широком смысле слова, что соответствует интерпретации контрактации как общественно-го отношения.

Таким образом, использование категории "внешний эффект" для анализа рынка высшего образования обуславливает и обеспечивает методологические предпосылки применения стейкхолдерского подхода, постулирующего о наличии расширенной миссии фирмы (данный подход экстраполируем на исследование системы высшего образования).

Отметим, что объектом стейкхолдерской теории в науке является организация (фирма, корпорация), однако укажем на наличие методологических подходов, применяющих стейкхолдерскую теорию к территориям<sup>13</sup>, структурам<sup>14</sup>, к сфере услуг<sup>15</sup>.

Ряд авторов обращаются к теории стейкхолдеров, используя ее как методологический подход к анализу конкурентоспособности образовательных организаций, деятельности вузов, для анализа управления образовательными организациями, рассматривая вуз как стейкхолдер-организацию (систему всех его стейкхолдеров)<sup>16</sup>. Однако в контексте данного исследования теория стейкхолдеров как методологический подход используется для анализа не образовательной организации, а рынка высшего образования. При этом рассматриваются стейкхолдеры системы высшего образования.

Выделим основные формальные предпосылки, обуславливающие возможность применения стейкхолдерского подхода к описанию модели и к анализу рынка высшего образования:

- ♦ наличие определенного множества субъектов, имеющих возможность влиять на систему высшего образования и интересы, определенным образом ее затрагивающие;

- ♦ неоднородность интересов субъектов системы;

♦ возможность стейкхолдеров влиять не только на систему образования, но и формировать или изменять ее правила (формальные и неформальные институты).

Как отмечается В.Л. Тамбовцевым, развитие теории стейкхолдеров привело к возникновению ряда направлений исследований, содержащих, как минимум, три измерения<sup>17</sup>: дескриптивное, содержащее описание реальных практик менеджмента, имеющего более широкую цель, нежели только удовлетворение интересов акционеров; инструментальное, содержащее описание инструментария достижения этих широких целей; нормативное, содержащее обоснование необходимости следования интересам стейкхолдеров.

В контексте исследуемой теории будем использовать гносеологический потенциал ряда научных подходов. В рамках данной работы определим рынок высшего образования как сеть неоклассических и отношений контрактов. Также с учетом идей, содержащихся в «стейкхолдерском подходе» Дж. Поста, Л. Престона и С. Сакс<sup>18</sup>, рынок высшего образования может рассматриваться как узловой элемент (сеть) взаимодействующих и взаимосвязанных посредством контрактации стейкхолдеров, где контрактация является не разовой транзакцией, а, напротив, длительным общественным отношением.

Отметим, что теория стейкхолдеров в ходе своего практического применения получила развитие в некоторой совокупности моделей теории заинтересованных сторон, содержащих различное смысловое наполнение: в частности, модель Митчелла (модель идентификации значимости заинтересованных сторон), балансовая модель ресурсного обмена<sup>19</sup> и сетевая модель<sup>20</sup>. Представляется, что последняя модель применима в качестве инструментария моделирования рынка высшего образования в контексте стейкхолдерской теории.

Теория сетей (Т. Роули) дает исследованию методический инструментарий для оценки связей рынка системы высшего образования с потенциально важными стейкхолдерами. При этом рынок высшего образования представляет собой сеть, которая имеет показатели своей плотности и центральности элемента.

Плотность - характеристика всей сети. В терминах институциональной теории плотность характеризует наличие и достаточность формальных и неформальных институтов, связывающих стейкхолдеров для их эффективного взаимодействия и удовлетворения своих интересов. Центральность - характеристика, которая показывает положение системы высшего образования на рынке. При этом выделяют понятие ранга - количество связей, которые соединяют один элемент с другим. Доступность - агрегированная величина связей центрального элемента системы с другими. Промежуточность характеризует возможность этого центрального элемента выступать посредником между другими элементами. Следуя данной модели, система высшего образования должна налаживать как можно более плотные связи как формального (соглашения о сотрудничестве, договоры), так и неформального характера (имидж, престижность, значимость в глазах населения, общества). При этом вузы обязаны занимать позицию необходимого и единственного посредника между обществом, государством и домохозяйствами в деле подготовки кадров для рынка труда. Данный методологический подход позволит выявить отсутствие связей (коммуникаций) с потенциально важными стейкхолдерами (или их неэффективность).

Опираясь также на исследования М. Кастельса<sup>21</sup>, отметим, что сеть в нашем случае представляет собой комплекс взаимосвязанных узлов, обладающий открытостью и высокой динамикой изменений. Причем характер связей между элементами зависит от характеристики каждого из них (будь то государство или домохозяйство). При этом согласимся с В. Секериным и Д. Лисафьевой, что критерием эффективности взаимодействия в сетевых объединениях является рост удовлетворенности стейкхолдеров сети<sup>22</sup>.

Также имеющим практическое приложение к заявленному исследованию представляется подход, в рамках которого фирма интерпретируется как сеть неполных контрактов<sup>23</sup>. Важным является наблюдение авторов о сохранении риска потери благосостояния даже для сторон, находящихся вне фирмы. Данное замечание в контексте нашего исследования важно в связи с

доказанностью отсутствия конечного контроля владельцев фирмы, а в нашем случае - системы высшего образования. Следовательно, для снятия рисков необходимо все заинтересованные стороны наделять функцией конечного контроля. Такими стейкхолдерами, находящимися вне рынка высшего образования, являются общественные институты, работодатели - косвенные потребители высшего образования. Таким образом, создание инструментов мониторинга и общественного контроля, а также участия бизнеса в реализации образовательных программ обеспечивает возможность контроля за качеством высшего образования.

Применение теории стейкхолдеров предполагает идентификацию всех заинтересованных сторон системы высшего образования. С этой целью определимся с понятием "стейкхолдер" для уточнения рабочего теоретического аппарата исследования.

В науке существует довольно большой разброс теоретических подходов к понятию стейкхолдера. Не останавливаясь подробно на оценке взглядов ученых, отметим, что подробный анализ данных подходов содержится, например, у М.А. Петрова<sup>24</sup>, В.В. Грабарь, М.М. Салмакова<sup>25</sup>, К.В. Смицких<sup>26</sup>, Д.А. Плетнева<sup>27</sup>. Таксономии стейкхолдеров посвятили свои труды А. Менделов<sup>28</sup>, Р. Митчелл<sup>29</sup>, Г. Саваж<sup>30</sup>, А. Фридман и С. Майлс<sup>31</sup> и др.

Несмотря на столь широкую интерпретацию контрактов в области высшего образования в данной работе, укажем на наличие определенного минимума взаимных обязательств сторон. В связи со сказанным представляется, что определение стейкхолдера, данное В.Л. Тамбовцевым: "...индивиды, группы индивидов и организаций, являющиеся потребителями (получателями) позитивных и негативных контактных и внешних эффектов от деятельности фирмы и способных влиять на эту деятельность", - обоснованно и применимо в контексте исследования рынка высшего образования. Акцентируем также, что признаками стейкхолдера исходя из определения будут потребление внешнего эффекта и прямого и косвенного контрактного эффекта, а также способность (возможность) влиять на систему высшего образования.

Исходя из заданных выше рамок стейкхолдерами системы высшего образования являются три группы агентов:

- ◆ непосредственные потребители (студенты, домохозяйства);
- ◆ опосредованные потребители (работодатели);
- ◆ косвенные потребители (общество, государство).

В силу вышеперечисленных особенностей высшего образования теория, изучающая природу отношений стейкхолдеров, их институционализацию и результативность, имеет большой гносеологический потенциал для исследования современного рынка высшего образования с точки зрения формирования, качества, полноты и эффективности институтов, лежащих в основе этих отношений.

### **Обсуждение**

Таким образом, на основе интеграции положений рассмотренных теорий выделим существенные, с нашей точки зрения, гносеологические возможности, содержащиеся в стейкхолдерской концепции:

- ◆ применение методологических подходов данной теории обусловлено высокими положительными внешними эффектами высшего образования в силу того, что большая часть стейкхолдеров находится вне рынка высшего образования, воздействие рынка существенно шире, чем удовлетворение интересов производителей и потребителей (непосредственных участников), и включает в себя гораздо более широкий круг реципиентов (общество в целом, отдельные общественные институты, государство);

- ◆ стейкхолдерский подход лег в основу концепции корпоративной социальной ответственности, методологические возможности которой могут быть использованы при анализе формальных и неформальных институтов, опосредующих общественные отношения в области высшего образования между работодателем и работником;

- ◆ методологические возможности теории стейкхолдеров позволяют рассматривать рынок высшего образования в качестве сети контрактов стейкхолдеров. Использование потенциала данной теории позволит в исследовании дать оценку плотности формальных и неформальных связей стейкхолдеров, выя-

вить институциональные пустоты (отсутствие связей с потенциально важными стейкхолдерами), а также определить позицию системы высшего образования относительно других участников, уточнить ее центральность;

♦ интерпретация рынка как сети контрактов связующих стейкхолдеров позволяет акцентировать внимание еще на одном важнейшем аспекте. В терминах данного подхода сохраняется риск потери благосостояния даже для сторон, находящихся вне фирмы (системы высшего образования). Данное наблюдение позволяет обосновать необходимость наделять функциями контроля все заинтересованные стороны, даже находящиеся вне системы высшего образования (общественные институты, работодатели - косвенные потребители высшего образования) посредством повышения эффективности организации соответствующих инструментов в виде участия в мониторинге, общественной аккредитации программ и т.д.;

♦ если в рамках агентской теории оппортунизм характерен для одной стороны (группа - менеджеры), то стейкхолдерская теория допускает наличие оппортунизма различных групп стейкхолдеров. Гносеологический потенциал агентской теории снижается в силу замкнутости анализа в рамках фирмы и интересов собственников. В условиях рыночных экономик в меняющейся институциональной среде создаются предпосылки для возникновения рентоориентированного поведения отдельных экономических агентов в ущерб другим, рынку и экономике в целом. Именно такая ситуация складывается на рынке высшего образования в условиях, когда вузы формируют предложение под влиянием непрофессионального контрагента - домохозяйств. Стейкхолдерская теория, напротив, позволяет в меняющихся условиях и динамичной институциональной среде анализировать, а затем и вырабатывать координирующие механизмы для удовлетворения интересов всех участников рынка высшего образования.

### Заключение

Таким образом, применение стейкхолдерской теории имеет высокий когнитивный потенциал, позволяющий доказать гипотезу о том, что развитие системы высшего образо-

вания во многом определяется характером и механизмом ее взаимодействия с государственными и общественными институтами, а следовательно, ее эффективность обусловлена не только количественными показателями, но и степенью гармонизации отношений всех заинтересованных в образовательном процессе лиц.

<sup>1</sup> *Neave G.* The Stakeholder Perspective Historically Explored // Higher Education in a Globalising World. International Trends and Mutual Observations / eds. J. Enders, O. Fulton. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2002. P. 17-39.

<sup>2</sup> *Тамбовцев В.Л.* Стейкхолдерская теория фирмы в свете концепции режимов собственности // Российский журнал менеджмента. 2008. Т. 6, № 3. URL: [http://www.cfin.ru/management/strategy/orgstr/stakeholder\\_theor](http://www.cfin.ru/management/strategy/orgstr/stakeholder_theor) (дата обращения: 09.03.2017).

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> *Парето В.* Учебник политической экономии : пер. с фр. / предисл. В.С. Автономова. Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2017. 472 с.

<sup>5</sup> *Пигу А.* Экономическая теория благосостояния : в 2 т. / пер. аналит. изд. Москва : Прогресс, 1984. С. 251.

<sup>6</sup> *Arrow K.J.* The Economic Implications of Learningby - doing // Review of Economic Studies. 1962. Vol. 29. June. P. 155-173.

<sup>7</sup> *Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N.* A Contribution to the Empirics of Economic Growth // Quarterly Journal of Economics. 1992. Vol. 107. May, P. 407-437.

<sup>8</sup> *Cohen D., Soto M.* Growth and Human Capital: Good Data, Good Results. OECD Development Centre, 2001. URL: <http://www.oecd.org/dev/publication/tp1a.htm>.

<sup>9</sup> *Heston A., Summers R., Aten B.* Penn World Table Version 6.1 / Center for International Comparisons at the University of Pennsylvania (CICUP). Philadelphia, University of Pennsylvania, 2002.

<sup>10</sup> *Barro R.J., Lee J.* International comparisons of educational attainment // Journal of Monetary Economics. 1993. Vol. 32, no. 3 (December). P. 363-394.

<sup>11</sup> *Ханушек Э., Вессман Л.* Роль качества образования в экономическом росте / пер. с англ. Е. Покатович. Ч. 2 // Вопросы образования. 2007. № 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-kachestva-obrazovaniya-v-ekonomicheskom-roste-prodolzhenie-chast-2-per-s-angl-e-pokatovich> (дата обращения: 08.03.2017).

<sup>12</sup> *Бреннан Дж., Бьюкенен Дж.* Причина правил. Конституционная политическая экономия : пер.

с англ. / под ред. А.П. Заостровцева. Санкт-Петербург : Экон. шк., 2005. С. 17-21.

<sup>13</sup> *Тажитдинов И.А.* Применение стейкхолдерского подхода в стратегическом управлении развитием территорий // Экономика региона. 2013. № 2. С. 17-27.

<sup>14</sup> *Якубов Б.А.* Совершенствование организации взаимодействия предпринимательских структур в рамках концепции стейкхолдер-менеджмента : автореф. дис. ... канд. экон. наук. 2014. URL: <http://www.povsu.ru> (дата обращения: 04.04.2017).

<sup>15</sup> *Востропятова М.В., Левкевич М.М.* Стейкхолдеры в сфере здравоохранения // Экономика и социальная политика. 2014. № 1. URL: [http://journal.safbd.ru/sites/default/files/articles/safbd-2014-1\\_10-13.pdf](http://journal.safbd.ru/sites/default/files/articles/safbd-2014-1_10-13.pdf) (дата обращения: 09.03.2017).

<sup>16</sup> *Солодущин К.С.* Проблемы применения теории заинтересованных сторон в стратегическом управлении организацией // Проблемы современной экономики. 2007. № 4 (24). URL: <http://www.meconomy.ru/art.php3?artid=23057> 17. (дата обращения: 03.03.2017).

<sup>17</sup> *Тамбовцев В.Л.* Указ. соч.

<sup>18</sup> *Post J.E., Preston L.E., Sachs S.* Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford University Press. Stanford, CA., 2002. P. 17-21.

<sup>19</sup> *Петров М.А.* Теория заинтересованных сторон: пути практического применения // Вестник СПбГУ. Сер. 8. 2004. № 2 (16). С. 51-68.

<sup>20</sup> *Rowley T.J.* Moving beyond Dyadic Ties: a Network Theory of Stakeholder Influences // Academy of Management Review. 1997. Vol. 22, № 4. P. 887-910.

<sup>21</sup> *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва : ГУ-ВШЭ, 2001. С. 17-21.

<sup>22</sup> *Лисафьева Д.В., Секерин В.Д.* Основные проблемы маркетинга взаимоотношений на промышленных рынках России // МИР (Модернизация.

Инновации. Развитие). 2012. № 9. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovnyye-problemy-marketinga-vzaimootnosheniy-na-promyshlennyh-rynkah-rossii> (дата обращения: 09.03.2017).

<sup>23</sup> *Asher C.C., Mahoney J.M., Mahoney J.T.* Towards a property rights foundation for a stakeholder theory of the firm // Journal of Management and Governance. 2005. № 9 (1). P. 5-32.

<sup>24</sup> *Петров М.А.* Указ. соч.

<sup>25</sup> *Грабарь В.В., Салмаков М.М.* Анализ заинтересованных сторон проекта: методология, методика, инструменты // ARS ADMINISTRANDI. 2014. № 2. URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 09.03.2017).

<sup>26</sup> *Смицких К.В.* Социально-экономическая оценка динамической эффективности развития предпринимательства на основе стейкхолдерского подхода : дис. ... канд. экон. наук. 2016. URL: <http://www.uiec.ru/content/files/Smitskihidissertaciya.pdf> (дата обращения: 08.05.2017).

<sup>27</sup> *Плетнев Д.А.* Остаточные права контроля и дохода субъектов корпорации: развитие стейкхолдерского подхода // Корпоративные финансы. 2014. Вып. № 1 (29). С. 48-60.

<sup>28</sup> *Mendelow A.* Stakeholder Mapping / Proceedings of the 2nd International Conference on Information Systems. Cambridge, MA, 1991. P. 17-21.

<sup>29</sup> *Mitchell R.K., Agle B.R., Wood D.J.* Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts // Academy of Management Review. 1997. Vol. 22, № 4. P. 853-888.

<sup>30</sup> *Savage G.T., Nix T.W.* Whitehead and Blair. Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders // Academy of Management Executive. 1991. Vol. 5, № 2. P. 61-75.

<sup>31</sup> *Friedman A., Miles S.* Stakeholders: Theory and Practice. Oxford : Oxford University Press, 2006.

*Поступила в редакцию 30.06.2017 г.*