

Реферат статті Г. Насреддіна і Дж. Анніса
"Теорія зацікавлених сторін, корпоративне управління
та когнітивні методи відображення"

Ця тема важлива, тому що вона допомагає нам ясно зрозуміти визначення зацікавлених осіб, їх теорію, корпоративне управління, картосприйняття.

Теорія зацікавлених осіб передбачає, що мета бізнесу полягає в тому, щоб створити якомога більше значимості для зацікавлених осіб. Щоб досягти успіху і існувати протягом довгого часу, керівники повинні зберігати інтереси клієнтів, постачальників, співробітників, спільнот і акціонерів рівноправними й рухатися в певному напрямку. Зберігати ці інтереси рівноправними більш важливо, ніж дотримуватися звичайної стратегії балансування між інтересами зацікавлених осіб між собою. Керуючи зацікавленими особами, керівники також створять якомога більше значимості для акціонерів та інших фінансистів.

Дослідження проблем корпоративного управління в сучасних умовах актуальне для цього середовища. Наша мета полягає в тому, щоб розвинути оригінальне визначення поняття, яке використовується в техніці картографії. За допомогою аналізу різних матриць і обчислюючи значення різних понять, наше визначення "зацікавлених осіб" складається з таких понять: "група", "компанія", "організаційні цілі" та "організаційні дії".

Практичне значення цієї роботи – точна класифікація зацікавлених осіб. Використовуючи інструмент картографії, прагнемо об'єднати всі визначення й отримати оригінальне поняття, яке становитиме основне ядро у сфері корпоративного управління. Використання цього інструмента ґрунтується переважно з точки зору предмета: досить правильно визначити перцепційні фільтри й індивідуальне сприйняття людини (Ленгфілд-Сміт, 1992). Запропоноване визначення "зацікавленої особи" (поняття): "група", "бізнес", "організаційні цілі і дії". У розвитку цього визначення ми спробуємо знайти відносини між цими поняттями. Ці відносини втягують у себе поняття "організаційна мета" і "організаційні дії", оскільки поняття "зацікавлені особи" відображає "групу" і місце існування в бізнесі. Аналіз графіків непрямого впливу визначає потенційно важливий вплив між цими двома поняттями: "група" та "бізнес". Щоб зрозуміти ці два визначення, ми використовуємо теорії організаційного навчання, різні структури, щоб пов'язати ці поняття, щоб знайти відносини і "теорію організаційного

навчання". Навчання засноване на принципі вдосконалення людини в соціальному колі.

Організаційне навчання фокусується на спеціальних знаннях, які побудовані за допомогою дії і взаємодії між навколишнім середовищем та моделями мислення. Організаційне навчання розглядається способом вирішення завдань певної дії; "Ми вчимося, коли ми знаходимо помилку і виправляємо її" (К. Аргіріс). Тому необхідно знайти "проміжок між тим, що ми очікуємо і що фактично відбувається" і виправити помилки, тобто "всі активні процеси та дії служать для зменшення проміжку між наміром і результатом".

Організаційне навчання також розглядається як динамічний процес, який впливає з збільшення та покращення знань, прийнятих членами організації. Таким чином, ми можемо розробити формальні системи та неофіційне навчання.

References: 1. Amann B. (1999). "The theory of property rights" in *New theories to manage the business of the twenty-first century*, Koenig G. (Coord.), Oxford, p. 13–60. 2. Ambler T, Wilson A. (1995). " Problems of Stakeholder Theory ", *Business Ethics: A European approach*. 3. Andriof J., Waddock S. (2002). "Unfolding stakeholder engagement", in Andriof, J., Waddock, S., Husted, B. and Rahman, S., S. (eds), *Unfolding Stakeholder thinking. Theory, responsibility and engagement*, Sheffield, Greenleaf, p. 19–42. 4. Ansoff I. (1968). *Development strategy of the company*, Editions Hommes and Techniques, French translation, Paris. 5. Argandoña, A. (1998). " The Stakeholder Theory and the Common Good ", *Journal of Business Ethics*, 17, p. 1093–1102. 6. Argenti J. (1997). "Stakeholders: the Case Against", *Long Range Planning*, vol. 30, n° 3, p. 442–445. 7. Moingeon B. (1998). "Organizational learning", *educated and trained*, Editions Humanities, p. 297. 8. Barnard C. I. (1938). *The Functions of the Executive*, Harvard University Press, Cambridge. 9. Berle, A. (1932). " For Whom Corporate Managers are Trustees: A Note ", *Harvard Law Review*, 45. 10. Argyris C, Schön D. A. (1996, 1978). *Organizational Learning – Theory, method, practice*, De Boeck University, Brussels, Paris (*Organizational Learning: a Theory of Action Perspective*, Addison Westley, Readings). 11. Argyris C. (1995). *Knowledge for Action. Overcoming barriers to organizational learning*, The Free Press. 12. Capron M., Quairel-Lanoizelée F. (2004) *Myths and realities of responsible corporate actors-stakes strategy*, *Alternatives économiques*, Editions la Découverte, Paris. 13. Capron M., Quairel-Lanoizelée F. (2007). *Corporate Social Responsibility*, Landmark Collection, Editions la Découverte, Paris. 14. Carroll A. B. (2000). *Ethical Challenges for Businesses in the New Millennium: Corporate Social Responsibility and Models of Management Morality*, *Business Ethics Quarterly*, vol. 10, pp. 32–42. 15. Casal D, Dietrich A., 2005, *RSE : stakeholders and biases*, *Journal of Research*, Centre Lille analysis and research on the development of enterprises (CLAREE), UPRESA CNRS. 16. Clarkson M. (1995). *A Stakeholder Framework for analyzing and evaluating Corporate Social Performance*, *Academy of Management Review*, vol. 20, no 1, janvier, pp. 92–117. 17. Freeman R. E. (1984). *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, Pitman, Boston. 18. Freeman R. E. (1994). *The Politics of Stakeholder Theory: some Future Directions*, *Business Ethics Quarterly*, vol. 4, pp.409–421. 19. Romme G, Dillen R. (1997). "mapping the landscape of organizational learning", *European Management Journal*, vol 15, n° 1, PP. 68–78. 20. Hopkins M. (1999). *The Planetary Bargain: Corporate Social Responsibility comes of age*, MacMilan Press Ltd, Londres. 21. Mitchell R. K, Agle B. R, Wood D. (1997) *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: defining the Principle of who and what really counts*, *Academy of Management Review*, vol. 22, no 4, octobre, pp. 53–887. 22. SENGE P. (1990). *The Fifth Discipline, the Art and Practice of the learning organisation* Doubleday Currency, London, cité par G. ROMME et R. DILLEN "Mapping the landscape of organizational learning", *European Management Journal*, vol 15, n° 1, p 68–78, 1997. 23. Lorino Ph. (1996). "Coherence, relevance and interaction: the translation of organizational cognition distributed", *ECOSIP, Economica*. 24. Sébastien Damart. (2006). *The construction of collective cognitive maps to aid in the structuring of hybrid forms of cooperation*. international conference of strategic management, agency/geneva. 25. Weick K. E., 1979, *The social psychology of organizing*, Random House, NY. 26. Weiss J. W. (1998). *Business Ethics, a Stakeholder and Issues Management Approach*, 2ème édition, Dryen Press, Philadelphie.