

УДК 330

ПРОТИВОРЕЧИЯ УЧАСТНИКОВ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ С БИЗНЕСОМ

Каримова С. А., Юдина С. В.

Альметьевский государственный нефтяной институт, г. Альметьевск

Измерение любого параметра компаний, неважно, каким методом и способом проводится, важно и ценно само по себе. Задачами исследования детально исследовать противоречия в интересах организации и стейкхолдеров, причины их возникновения, выявить скрытые противоречия между корпорацией и обществом и исследовать уровень социальной ответственности бизнеса в различных странах на основе имеющейся (открытой) информации.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса традиционно понимается как ответственность компании не только в реализации социальных программ и разработанных направлений для своих работников, но и ответственность, которая определяется удовлетворенностью и степенью участия бизнеса в делах общества в целом.

В основе отношений стейкхолдеров с фирмой лежит ресурсный обмен, причем под ресурсами понимаются материальные ресурсы (готовая продукция, сырье, полуфабрикаты), труд, капитал, предпринимательские способности, информация, репутация, сетевые ресурсы, а к обмениваемым ресурсам относят такие социальные параметры как: уровень культуры, характер отношений между социальными группами, экологию, информацию, воздействующую на стейкхолдеров (общество в целом). Основной целью всех компаний является правильное определение круга заинтересованных сторон и удовлетворение их интересов через организацию ресурсного обмена.

Интересы стейкхолдеров могут вступать в противоречия друг с другом и их вместе можно рассматривать как единое противоречие (целое), равнодействующая интересов частей которого будет определять направление (вектор) эволюции организации.

Интересы всех групп стейкхолдеров можно разделить в зависимости от двух составляющих:

- 1) от их интересов, определяемых как желание влиять на компанию;
- 2) от их власти (контроля), определяемых как способность оказывать влияние на компанию.

Установление различных приоритетов относительно различных групп стейкхолдеров позволяет определить, какое следует уделять внимание им во время разработки плана управления компанией, выработки стратегий и реализации намерений. Определение приоритетов среди стейкхолдеров порождает также идеи относительно типов стратегий, которые в наибольшей степени подходят для управления ими. При этом необходимо учитывать, что высокоприоритетные стейкхолдеры имеют большее экономическое и политическое влияние на организацию. Эти стейкхолдеры должны получить главный приоритет также и при стратегическом планировании, поскольку они оказывают большее влияние на неопределенность деловой окружающей среды, с которой приходится иметь дело фирме.

Все компании, как правило, используют два основных метода работы со стейкхолдерами (как со внутренними, так и со внешними):

- первый метод – это установление партнерских связей со стейкхолдерами, то есть установление и построение таких отношений, чтобы для стейкхолдеров было

выгодно действовать в интересах компании, а для компании одновременно достигнуть своих интересов;

– второй – это попытка защиты компании от неопределенности посредством использования различных приемов (методов), таких как, маркетинговые исследования, создание специальных отделений, контролирующих сферы интересов стейкхолдеров, соблюдение законности и контроля за экологической безопасностью, предназначенных для стабилизации и прогнозирования воздействий.

Если возникают какие-либо противоречия между группами-интересантами, то их можно эффективно решать за счет единого механизма, и, изучив различные методики работы (или подходы), предусматривающие пошаговую работу с ними, мы предлагаем механизм работы со стейкхолдерами, представленный в таблице 1.

Таблица 1

Последовательность проведения работы со стейкхолдерами

Шаги	Цели	Интересы
1. Осуществление выбора стейкхолдеров	– выработка основных целей исходя из видения и миссии компании	– удовлетворение разрабатываемой стратегии
2. Осуществление установки и выбора интересов (стратегических) стейкхолдеров	– процедура корректировки предыдущих шагов и установления баланса с устранением противоречий	– правильная группировка с учетом различных особенностей групп-интересантов
3. Осуществление выбора основных векторов и целей компании	– процедура сбалансированности целей и корректировка предыдущих шагов	– установление дисбаланса целей заинтересованных сторон
4. Разработка выбора стратегических инициатив	– процедура разработки стратегий на основе сформированных бюджетов	– равновесие инициатив и стратегий компании с со стейкхолдерами

Данная последовательность проведения работы со стейкхолдерами позволяет определить технологию действий в отношении стейкхолдеров, имеющих противоречия в интересах и установить баланс между заинтересованными сторонами в дальнейшем, позволяющий для компании беспрепятственно достигать поставленных конечных целей.

Сущность рассмотренных противоречий всех интересов проявляется через две возможные стороны:

– мотивирующую, которая проявляется через разрешение выявленных противоречий посредством совершенствования различных отношений (социальных, экономических) и сопровождается улучшением деятельности субъектов интереса компании, являющегося движущей силой прогресса.

– деструктирующую, проявляющуюся через неразрешение противоречий, становящуюся барьером к росту эффективности предприятия и препятствующую удовлетворению потребностей субъектов.

Поэтому, рассматривая суть возникновения причин противоречий интересов различных групп, важно сказать, что реализация одних интересов может препятствовать реализации других. Поэтому важно создать такой механизм согласования, способствующий удовлетворению основных интересов всех заинтересованных групп. Мы полагаем, что разрешение всех возникших противоречий сводится к поиску путей компромиссов, основанных на разносторонности и разнонаправленности интересов, и возможной помощи со стороны государства, создающего определенные условия для баланса и согласования интересов сторон.

Помимо явных корпоративных противоречий принято выделять скрытые конфликты групп. А.С. Семенов и Ю.С. Сизов, проанализировав сущность, содержание

и скрытые цели корпоративных конфликтов последних лет, выделяют следующие виды противоречий:

1. Нарушение норм законодательства.
2. Поглощения.
3. Конфликты по поводу дивидендов.
4. Конфликты с менеджерами. Конфликты между участниками корпорации и менеджерами корпорации по поводу эффективности управления компанией и добросовестности действий менеджеров.
5. Конкуренция.
6. Корпоративный шантаж.

С нашей точки зрения, все скрытые противоречия базируются на отсутствии ощущения «социальной справедливости» у той или иной стороны отношений.

Мы полагаем, скрытые противоречия внутри корпораций не ограничиваются выше приведенным списком, в связи с чем предлагаем расширить этот список за счет еще более неявных отношений, которые имеют конфликтную природу.

1. В зависимости от характера проявления в отношениях между различными группами:

работник:

– это противоречия, связанные с отсутствием возможностей для реализации работниками своего потенциала ввиду либо проводимой в корпорации кадровой политики, либо (что более критично) отсутствием потребности у корпорации в тех или иных компетенциях;

– это противоречия, возникающие в вопросе «справедливого» распределения результатов деятельности корпорации;

общество:

– это противоречия в перераспределении финансового результата корпораций, возникающие между обществом и теми, кто является третьей стороной отношений (государство, местные жители): например, государство заинтересовано в пополнении бюджета за счет налоговых поступлений от корпораций, вступающее в противоречие с корпоративными инвестиционными программами, тогда как местное сообщество заинтересовано в финансировании социальной инфраструктуры;

государство:

– это противоречия, обостряющиеся при принятии политически ангажированных законов и норм в ущерб социально-экономическим интересам общества;

клиенты:

– это противоречия, связанные с «неформальными» договоренностями между людьми, принимающими решения о заключении договора и приемке выполненных работ;

акционеры:

– это противоречия, в основном связанные с ущемлением прав миноритарных акционеров, которые фактически не имеют инструментов управления и оказываются «слабее» оперативных управляющих;

потребители:

– это противоречия, возникающие в силу несовершенства любого законодательства в области защиты прав потребителей.

2. В зависимости от их временного горизонта:

– постоянно существующие (отсутствует механизм разрешения в данный момент либо сами противоречия не носят критического характера);

- быстро разрешимые, предусматривающие их снятие в оперативном режиме.
- 3. В зависимости их формы возникновения скрытые противоречия могут быть:
 - искусственно созданными;
 - естественными.
- 4. В зависимости от степени конструктивности:
 - конструктивные, когда их разрешение приводит к развитию (улучшению) отношений или системы в целом;
 - деструктивные, при проявлении которых система либо несет потери, либо теряет возможность развития (ухудшает деятельность).
- 5. В зависимости от вовлеченности объектов (субъектов) внешней среды:
 - внутренние, т.е. противоречия между членами (группами) в корпорации;
 - внешние, возникающие между всеми заинтересованными сторонами.
- 6. В зависимости от степени их легитимности:
 - легитимные, для которых предусмотрены законные меры их разрешения;
 - нелегитимные, разрешение (смягчение) которых возможно только на основе устных договоренностей.

Библиографический список

1. Проблемы современной экономики. [Электронный ресурс] // режим доступа URL: <http://m-economy.ru/> (дата обращения: 20.09.15)
2. Противоречия в системе экономических субъектов рыночных отношений. Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2009. Том 7, № 4 (часть 2)
3. Корпоративные конфликты: причины их возникновения и способы преодоления / [Г.В. Алексеев, А.Д. Бобрышев, Е.Н. Боханова и др.]; Под ред. А.С. Семенова, Ю.С. Сизова – М: Едиториал УРСС, 2002. - 298 с.
4. Солодухин К.С. Проблемы современной экономики, N 4 (24), 2007. [Электронный ресурс] // режим доступа URL: <http://www.m-economy.ru> (дата обращения: 20.09.15)
5. Управление стейкхолдерами и сотрудничество с ними. [Электронный ресурс] // режим доступа URL <http://m.studme.org/> (дата обращения: 21.09.15)
6. Учебное пособие для настоящих управленцев [Электронный ресурс] // режим доступа URL: <http://zuka.narod.ru/index/0-27> (дата обращения: 19.09.15)
7. Чистов Р.С. Философско-критический анализ основных концепций корпоративной социальной ответственности // Вестник Красноярского государственного аграрного университета, 2010. №3. С. 198 – 203 с.