

Baş maliyyə inzibatçısı (CFO)¹ rolundan baş dəyər inzibatçısı (CVO)² roluna keçid

Maliyyə funksiyası şirkətlərin dəyər yaratmaqla bağlı geniş perspektivinin bir hissəsinə çevrilir.

Şirkətlər pandemiyanın təsirindən çıxmağa başladıqca CFO-ların diqqətinin maliyyə hesabatlarına cəmlənmiş olduğu əvvəlki sistemin dəyişikliklərə məruz qalması getdikcə daha aydın nəzərə çarpır.

Resurs çatışmazlığının hökm sürdüyü müasir dövrdə CFO-nun vəzifə öhdəlikləri maliyyə məlumatlarının hazırlanmasından daha da geniş sahələri – multikapital və dəyər yaratma məsələlərini əhatə edir. Günümüzdəki müəssisələrdə digər məsələlərlə yanaşı, insan resursları (insan kapitalı), əsas münasibətlər (sosial kapital) və innovasiyaları (intellektual kapital) ölçməklə CFO-lar CVO-lara çevrilirlər.

CVO-nun vəzifəsi dəyərin yaradılması və azalması ilə bağlı bütün aspektlərin nəzərə alınaraq hesablanması və bununla bağlı müvafiq məlumatların idarə heyəti, rəhbərlik və xarici maraqlı tərəflərə çatdırılmasını təmin etməkdir. Bunun üçün isə CFO-lar öz düşüncə tərzini və zəyniyyətlərini kompleks şəkildə dəyərin yaradılması və qorunması istiqamətində dəyişməlidirlər. İdarə heyətləri isə rəhbərliyin performansına təbii, insan, sosial və intellektual kapitallar da daxil olmaqla, multikapital prizmasından baxmağı bacarmalıdırlar.

Bu cür multikapital yanaşmasını tətbiq etmək üçün rəhbərlik həm öz müəssisəsi/qurumu, həm də daxili və xarici maraqlı tərəflərin gözləntiləri barədə hərtərəfli məlumata malik olmalıdır. Bu baxımdan, CVO-nun yanaşması biznes modellərinin təhlili, asılılıq və təsirlərin öyrənilməsi, eləcə də risk və imkanların qavranılmasında həlledici rol oynayır.

Multikapital yanaşmasının tətbiqi həmçinin “hesabat çoxluğunu” aradan qaldırır və bu da müəssisədaxili qarşılıqlı münasibətlərin təkmilləşməsinə, fərqli funksiyaları icra edən, fərqli baxış və fikirlərə malik olan insanların bir-biri ilə ünsiyyət qurmaq ehtiyacının dərinləşməsinə gətirib çıxarır.

Multikapital yanaşmasının tətbiqi “hesabat çoxluğunu” aradan qaldırır

CVO-lar kapitalın müxtəlif formalarını əhatə etmək məqsədilə mühasibatlıq modelini dəyişdirdikləri kimi, müəssisədaxili müzakirələrin və korporativ ünsiyyətin də uzunmüddətli dəyərin yaradılması istiqamətinə yönəldilməsini təmin etməlidirlər. Müasir dövrdə şirkətlərin qarşısına həmişə olduğundan daha çox tələb qoyulur: onlar öz fəaliyyətlərini və bu fəaliyyətlərin iqlim dəyişikliyi, cinsiyyət və etnik müxtəliflik də daxil

¹ Tərcüməçinin qeydi: İngilis dilində CFO (Chief Financial Officer) – baş maliyyə inzibatçısı

² Tərcüməçinin qeydi: İngilis dilində CVO (Chief Value Officer) – baş dəyər inzibatçısı

olmaqla, qlobal iqtisadi, sosial və idarəetmə təsirlərini izah etməlidirlər. Bu yeni tələb və şərtlər CVO-nun, obrazlı şəkildə desək, “sükan arxasına keçməsinə” şərtləndirir.

Sözügedən yeni biznes modelini anlamağın optimal yollarından biri Keyt Ravortun davamlı inkişaf üçün vizual konsepsiya olaraq irəli sürdüyü “Kökə (“doughnut”) iqtisadiyyatı” nəzəriyyəsinə əsaslanmaqdan ibarətdir. Bu nəzəriyyədən kompas kimi istifadə edən CVO-lar öz biznes modellərinin cəmiyyətə və / və ya ətraf mühitə nə zaman mənfi təsir göstərdiyini anlaya bilərlər. Bu da onlara uzunmüddətli strateji dəyər yaradılmasında lazımi dəyişikliklər etməyə kömək edə bilər.

Yeni bacarıqlar

CFO-lar ilə müqayisədə CVO-lar daha dinamik və geniş səlahiyyətlərə malikdirlər. Onlar biznes modelini bütün müvafiq kapitallarla əlaqələndirir, müəssisə daxilində əsas dəyər yaratma amillərini müəyyənləşdirir və kapitalları nəzarət (planlaşdırma, proqnozlaşdırma), risklərin idarə edilməsi və daha geniş qərar qəbul etmə proseslərinə yönəldirlər.

Bunun üçün CVO-lar maliyyə, qeyri-maliyyə və maliyyə öncəsi kimi ölçü və göstəricilərin hibrid formasından istifadə etməli olur. Bu məqsədlə işlənib-hazırlanan alətlərin (yeni fəaliyyəti qiymətləndirmə üzrə göstəricilər sistemi (“scorecard”), kapital məsrəfləri ilə bağlı alətlər və daxili karbon bazarları kimi) tətbiqi sürətlə genişlənməkdədir. Bu alətlərə müxtəlif sayda ölçmə meyarları daxildir və onlar xarici tendensiyalar, biznes modelləri, sektor dəyişikliyi və maraqlı tərəflərin tələblərinə uyğun olaraq tətbiq edilməlidir.

Müəssisə konsepsiyalarının bu dərəcədə müxtəlifliyi, əslində, müəyyən çətinliklər yaradır. Qeyd olunan dəyərlər müşahidə altında olmalı və əlaqələndirilməlidir ki, bu da çoxsahəli düşüncə tərzini tələb edir.

CVO-ların müəssisənin fəaliyyətinə “360 dərəcə” metodu üzrə baxmaq imkanını nəzərə alaraq, maliyyə mütəxəssisinin işlərin mərkəzində dayanan güclü mövqeyə malik əsas strateji və aparıcı qüvvə olduğunu deyə bilərik.

Müəllif: Delfin Qibasiyedir

Məqalənin əsli



READING: From CFO to chief value officer

Tərcüməçi: Elçin İbadov

16 noyabr 2020