

УДК 331.1

СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Тестина Я.С., Печерица Е.В.

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, e-mail: testina_yana@list.ru, helene8@yandex.ru*

Настоящая статья посвящена комплексному исследованию социальных инвестиций в рамках корпоративной социальной ответственности. Дано определение социальных инвестиций как ресурсов предприятий, направленных на исполнение социальных программ. Социальные инвестиции подразделяют на внешние и внутренние. В статье рассмотрены социальные инвестиции в трех аспектах: информационном, количественном и качественном. Выявлены критерии оценки эффективности социальных инвестиций с позиции каждого подхода. Определено, что наиболее удобным в использовании показателем для оценки и сопоставления социальных инвестиций является индекс социальных инвестиций. Сделан вывод о том, что социальные инвестиции используются в роли механизма компенсации ущерба, возможного для персонала и населения из-за деятельности предприятия, но не для повышения эффективности человеческого капитала, а корпоративная ответственность в России носит принудительный характер.

Ключевые слова: социальные инвестиции, корпоративная социальная ответственность, социум, индекс социальных инвестиций

SOCIAL INVESTMENTS AS A FORM OF REALIZATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Testina Ya.S., Pecheritsa E.V.

*Saint-Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg,
e-mail: testina_yana@list.ru, helene8@yandex.ru*

This article is devoted to the complex research of social investments as a part of corporate social responsibility. The social investment is the resource of an enterprise aimed to social programs. Social investments are divided into external and internal once. The article described social investments in three aspects: informational, quantitative and qualified. Their criteria of evaluation of the efficiency from the perspective of every approach was pointed out. It was determined that the more convenient indicator for the evaluation and comparison of social investments is the index of social investments. We can made a conclusion that social investment is used as a mechanism to compensate the possible damage for workers and for society due to the activity of any enterprise, but not for rising of the efficiency of human resources. Corporate responsibility has a forced aspect in Russia.

Keywords: social investment, corporate social responsibility, society, index of social investments

Социальные инвестиции занимают особенное место в жизни граждан своей страны, ведь на их размер и качество в ощути-мой степени реагируют уровень и качество общественной жизни. Важно обратить внимание на то, что в экономической литературе сущность, а также роль и значение социальных инвестиций отражаются довольно неполно. Актуальность этой темы обусловлена явной важностью переориентирования национальной экономики на путь инновационного развития, необходимостью качественного повышения уровня социальных инвестиций в развитие человеческого капитала.

Результаты исследования и их обсуждение

Социальными инвестициями бизнеса могут быть материальные, технологические, а также управленческие и прочие ресурсы предприятия, которые оно может направить на исполнение каких-либо социальных программ, внутренних или внеш-

них, предварительно согласовав их с руководящим звеном [2]. Под внутренними социальными инвестициями, они же – долгосрочные инвестиции в нематериальные активы, обозначаются затраты предприятия, направленные на развитие своего персонала, это всевозможные профессиональные переподготовки, качественная охрана труда и здоровья [10].

В качестве внешних социальных инвестиций зачастую выступают вложения на улучшение экологической ситуации отдельного города или страны в целом, инвестирование в местные общества и организация добросовестной деловой практики [7].

Однако к социальным инвестициям было бы некорректно относить обязательные, то есть регламентированные законодательством, вложения в социальные программы. Но в реальной жизни обозначение точной грани «добровольные – вынужденные» довольно затруднительно. Не обращая внимания на имеющиеся расхождения в по-

ниях корпоративной социальной ответственности и социальных инвестиций, можно заметить между ними довольно жесткую связь, точнее прямо пропорциональную зависимость корпоративной социальной ответственности от объема социальных инвестиций и наоборот [8].

Социальные программы являются отправной точкой при создании имиджа предприятия и, следовательно, являются долгосрочными вложениями в нематериальные активы компании [4]. Социальные инвестиции, как в Российской Федерации, так и за рубежом, оказывают положительное влияние на деловую практику бизнеса и являются стимулом для совершения позитивных перемен в социуме. Необходимо понять тот факт, что средства, направленные на социальные программы, являются не благотворительностью, а в перспективе становятся инвестициями, имеющими ощутимый социальный эффект. Сроки окупаемости данных вложений значительно больше, а чистая приведенная стоимость меньше, но отдача от них будет поступать не только в виде денежного эквивалента.

Отдача от инвестиций может поступить в качестве укрепленного доверия, а также улучшения имиджа предприятия среди представителей социума, куда отправлялись инвестиции. По многочисленным зарубежным исследованиям видно, что при других равных условиях обществом выбирается именно то предприятие, которое, как им кажется, является наиболее социально ответственным. В ближайшей же перспективе данные предпочтения перерастают в действия – скупку акций, приобретение товаров и услуг [6]. Кроме всего прочего, к бизнес-выгодам, которые можно приобрести от социальных инвестиций, относится и формирование стабильной деловой среды, уменьшение количества и силы операционных рисков, увеличение финансовых показателей и продаж, рост показателей производительности труда, снижение рекрутинговых затрат, увеличение рынка и рыночной стоимости предприятия в долгосрочной перспективе [5].

Для формирования системного представления в сфере социальных инвестиций необходимо также изучить и сам феномен социального инвестирования в трех аспектах: информационном, количественном и качественном.

Итак, первый, информационный аспект изучает количественную степень готовности предприятий страны к раскрытию основных финансовых параметров по осуществляемым ими социальным программам. Данный аспект равен индексу

информационной открытости социальной политики предприятия. Он позволяет понять, насколько полная и точная информация, используемая при оценке масштабов социальных инвестиций, сообщается организациями при анкетировании. На данном этапе российского развития местные предприятия завоевали довольно высокий уровень информационной открытости по отношению к проводимым ими социальным инвестициям [1]. Согласно более глубокому анализу становится ясно, что с точки зрения информационной открытости совокупность предприятий, которые принимают участие в анкетировании, весьма разнообразна и может быть расслоена хотя бы на три основные группы. С этими целями была использована классификация организаций по критерию информационной открытости следующего вида:

– предприятия, которые можно охарактеризовать полной информационной открытостью, то есть те организации, которые открыто предоставляют точные количественные значения финансовых показателей, используемых при оценке масштабов реализуемых социальных инвестиций;

– предприятия, которые можно охарактеризовать как частично информационно открытые, то есть те, которые предоставляют либо точные, либо приблизительные количественные значения необходимых финансовых показателей;

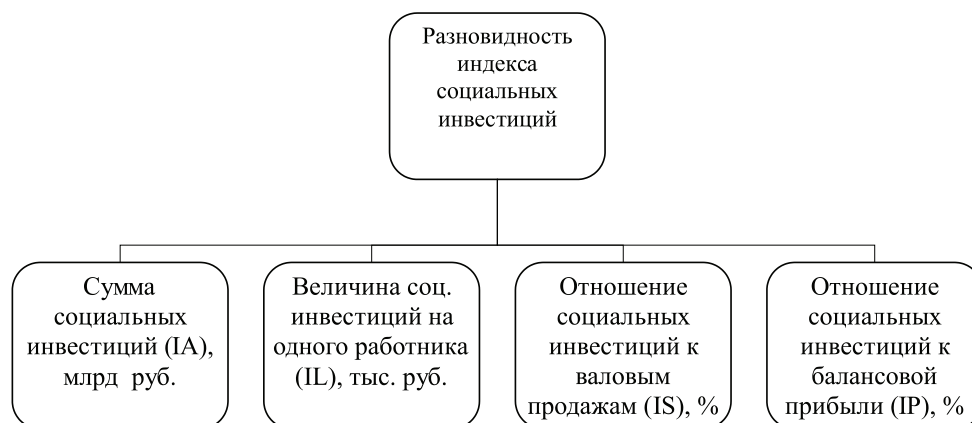
– предприятия частично или полностью информационно закрытые. Эти предприятия отказываются давать вообще какие-либо данные, ни точные, ни приблизительные количественные значения финансовых показателей, используемых при оценке масштабов реализуемых социальных инвестиций.

Как правило, предприятия, занимающие большую долю рынка в той или отрасли, пытаются проявлять явную осторожность при раскрытии данных об осуществляемых социальных инвестициях.

Следующим идет количественный аспект, который означает непосредственную оценку масштабов финансовых расходов государственных предприятий, направленных на социальные мероприятия.

В данном аспекте применяются четыре разновидности количественного индекса социальных инвестиций (рисунок) [9].

Согласно данному критерию становятся более явными различия размеров социальных инвестиций, наблюдаемые между предприятиями, занятыми в различных отраслях. Наиболее явный рост расходов на социальные нужды происходит в сырьевом секторе, который 8 лет назад был абсолютным лидером, выбранным по показателям



Разновидность индекса социальных инвестиций

величины социальных инвестиций на одну единицу персонала (IL) и удельного веса данных инвестиций в валовых продажах (IS). Скорее всего, скачек объема инвестиций в социум, локомотивом которого выступили компании топливного комплекса, опирается на конъюнктурные факторы: на увеличение цен на нефтепродукты и сопряженное с ним увеличение уровня доходов предприятий, более глубокую интеграцию в международную экономику [3].

Последний, качественный, аспект направлен на учет и оценку степени полноты и комплексности, в частности, процесса реализации социальных инвестиций. Аналитическим и статистическим воплощением этого аспекта является качественный индекс инвестиций в социум. По факту этот индекс дает возможность определить уровень изменения социальных инвестиций, уровень организационной поддержки и информационного оснащения процесса планирования и осуществления затрат на общественные нужды.

Для современного этапа развития российской экономики целесообразно использование следующих трёх критериев качественной оценки социальных инвестиций:

- 1) институциональное оформление социальной политики;
- 2) система учета и отчетности по социальным мероприятиям;
- 3) комплексность осуществляемых социальных инвестиций, которые должны быть направлены не только на развитие трудового коллектива предприятия, но и на охрану здоровья и труда работников, на природоохранные мероприятия и мероприятия, направленные на ресурсосбережение, на поддержку местного общества и развитие бизнес-этики.

Для измерения масштаба проводимых предприятиями социальных инвестиций

используются разновидности и модификации количественного индекса социальных инвестиций. В таком случае, как описывалось выше, социальные инвестиции рассматриваются как затраты на социальные мероприятия. Подобный методологический прием помогает выйти как минимум на приблизительную оценку объема социальных инвестиций, которая придает рассматриваемому феномену количественную определенность.

Несмотря на то, что осуществление социальных инвестиций означает извлечение определенного экономического эффекта, данный эффект проявляется лишь в долгосрочной перспективе. Количественная оценка подобного «отложенного эффекта» от социальных инвестиций по своей сути проблематична. Вдобавок к этому наличие внушительных затрат на социальные мероприятия показывает несовершенство практики ведения бизнеса в России. Поэтому в краткосрочной перспективе перегруженность местного бизнеса затратами на социальные мероприятия может определяться как один из факторов низкого уровня конкурентоспособности.

Анализ отраслевой специфики удельного индекса социальных инвестиций (IL) дает возможность сделать следующий немаловажный вывод: масштабы социальных инвестиций находятся в абсолютной зависимости от технологической специфики отрасли, от степени ее вредности и тяжести для занятых в ней сотрудников. Практически все социальные инвестиции, которые осуществляются местными организациями, определяются внутренними потребностями производства и мало связаны с рыночными внешними эффектами. К примеру, когда предприятие в силу специфики осуществляемой деятельности вынуждено широко использовать внешние факторы (тут показывается сильная зависимость

от системы коммуникаций, зданий и сооружений, климата и квалификации сотрудников), то ему приходится осуществлять массированные социальные инвестиции. Иначе предприятиями затрачивается минимум средств на социальные программы, которые чаще всего носят чисто символический характер.

На сегодняшний день в Российской Федерации бремя социальных расходов абсолютно неравномерно распределяется между отраслями и ложится в основном на «тяжелые» производства.

Этот тезис позволяет иначе понять феномен социального инвестирования в России: социальные инвестиции используются в роли механизма компенсации ущерба, возможного для персонала и населения из-за деятельности предприятия, а не для повышения эффективности человеческого капитала.

Компенсационные действия предприятий могут существовать в двух принципиально разных формах:

– прямая компенсация ущерба. Дополнительные социальные затраты направляются на устранение или сглаживание уже причиненного ущерба (выделение средств на лечение и отдых трудящихся на вредных производствах);

– упреждающая компенсация. Дополнительные социальные затраты направляются на предотвращение или минимизацию прогнозируемого ущерба (выделение средств на реконструкцию вредных производств для сокращения уровня их вредности).

Несмотря на то, что рассмотренные формы компенсационной функции социальных инвестиций отличаются и предполагают проведение абсолютно разных стратегий развития предприятий, они являются вынужденными в том смысле, что они диктуются складывающимися обстоятельствами и сугубо деловыми интересами, а не желанием руководителей. Учитывая же доминирование технологических факторов формирования социальных инвестиций, понятен тот факт, что сами социальные инвестиции в России пока являются в большинстве своем вынужденными, а не добровольными.

Для оценки степени напряженности процесса по реализации социальных программ возможно использовать иные индексы социальных инвестиций, а именно, их отношения в валовых продажах (IS) и балансовой прибыли (IP). От величины показателей отталкиваются и их социальные инвестиции. Следовательно, удельный индекс социальных инвестиций (IL) – это ведущий

индикатор, который фиксирует конечный результат, а относительные показатели социальных инвестиций к валовым продажам (IS) и балансовой прибыли (IP) расцениваются как дополнительные индикаторы, диагностирующие финансовые проблемы, с которыми предпринимателям приходится сталкиваться в процессе осуществления своих социальных программ.

Вывод

Корпоративная социальная ответственность отечественных предприятий, выраженная через социальные инвестиции, в значительной мере оказывается вынужденной, а не добровольной, что в значительной степени противоречит самому духу рассматриваемого явления. Данный парадокс означает, что социальное «самосознание» предпринимательской деятельности в России формируется путем давления «сверху», а не «снизу».

Рассмотренные критерии позволяют не просто обрисовать обобщенные контуры такого феномена, как социальные инвестиции, но и в итоге сформулировать множество содержательных выводов о характере взаимодействия бизнеса нашей страны, государства и социума. При этом важно уделить особое внимание тому, что разработанная система индексов оценки социальных инвестиций направлена на уточнение наиболее общих моментов в развитии данного феномена и формирование его объективной оценки.

Исследование выполнено в рамках реализации Программы стратегического развития ФГБОУ ВПО СПбГЭУ на 2014–2016 гг. Проект 2.2.3. «Научно-исследовательское и образовательное сопровождение развития туристической индустрии на базе научно-образовательного центра социально-экономического и гуманитарного развития междунационально и регионального туризма».

Список литературы

1. Балацкий Е. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы // Капитал страны – Федеральное интернет-издание. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://kapital-rus.ru/articles/article/179654> (Дата обращения: 24.05.2016).
2. Боголюбов В.С., Никитина О.А. Сельский туризм как форма развития новых социально-финансовых отношений в регионе // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2010. № 7-42. С. 183-187.
3. Велибекова Д.М. Организационно-экономические основы формирования социальной инфраструктуры предприятий сферы услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец.: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (сфера услуг). – Махачкала, 2006. – С. 8–9.

4. Лещенко О.А., Корчагина Е.В. Современные методики оценки эффективности деятельности компаний в области КСО // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. – № 1. – С. 11–18.

5. Никитина О.А. О необходимости создания социально-ориентированной системы обеспечения россиян санаторно-оздоровительными услугами // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6–2. – С. 320–324.

6. Никитина О.А., Бошкова В.Е. Социальное партнерство в сфере культуры, туризма, молодежного предпринимательства на основе краудсорсинга // Социальное партнерство и предпринимательство: поиск креативных решений: сборник материалов научно-практического семинара; под ред. О.А. Никитиной. – СПб., 2015. – С. 49–55.

7. Очирова Т.Б. Влияние инвестиций на развитие туризма в Российской Федерации // Журнал правовых и экономических исследований. – 2010. – № 2. – С. 73–77.

8. Сидорова Е.Е., Махонина У.С. Бенчмаркинг корпоративных социальных инвестиций в России // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2009. – № 8. – Т. 4. – С. 83–87.

9. Шарафанова Е.Е. Стратегическое планирование развития туристских организаций и гостиничных комплексов. монография; научный редактор И.Н. Гаврильчак; Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. – СПб., 2005. – 276 с.

10. Янковская А.А. Институциональная среда социальной ответственности предприятия: теоретико-экономический анализ: дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.01, 08.00.05; [Место защиты: С.-Петерб. гос. ун-т]. – СПб., 2008. – 182 с.

References

1. Balatsky E. *Sotsialnye investitsii kompanii: zakonmernosti i paradoksy* [Social investment companies: patterns and paradoxes]. Available at: <http://kapital-rus.ru/articles/article/179654> (accessed 24 May 2016).

2. Bogolyubov V.S., Nikitina O.A. *Selskij turizm kak forma razvitiya novyh socialno-finansovyh otnoshenij v regione* [Rural tourism as a form of new social and financial relations in the region] // Herald ENGECON. Series: Economy. 2010. no. 7–42. pp 183–187.

3. Velibekova D.M. *Organizatsionno-ekonomicheskie osnovy formirovaniya sotsialnoi infrastruktury predpriatii sfery uslug* [Organizational-economic bases of formation of sphere of services of enterprises of social infrastructure]. Cand. Dis. cand. ehkon. Sciences: spec. : 08.00.05 Economy and management of a national economy: the economy, the organization and management of enterprises, branches, complexes (Service Industry). Makhachkala, 2006. pp. 8–9.

4. Leshchenko O.A. Korchagin E.V. *Sovremennye metodiki otsenki effektivnosti deiatelnosti kompanii v oblasti KSO* [Modern methods of evaluating the effectiveness of the companies activities in the field of CSR]. Available at: <http://www.mevriz.ru/articles/2014/1/5595.html> (accessed 24 May 2016).

5. Nikitina O.A. *O neobходимosti sozdaniya socialno-orientirovannoj sistemy obespecheniya rossijan sanatorno-ozdorovitelnyimi uslugami* [The need to create a socially-oriented system of ensuring Russian health and health services] // Basic Research. 2014. no. 6–2. pp. 320–324.

6. Nikitina O.A., Boshkova V.E. *Socialnoe partnerstvo v sfere kultury, turizma, molodezhnogo predprinimatelstva na osnovе kraudsorsinga* [Social partnership in the sphere of culture, tourism, youth entrepreneurship through crowdsourcing] // In: Social partnership and entrepreneurship: the search for creative solutions collection of materials of scientific and practical seminar. Edited by O. Nikitina. St. Petersburg, 2015. pp. 49–55.

7. Ochirova T.B. *Vlijanie investitsij na razvitie turizma v Rossijskoj Federacii* [The impact of investments in the development of tourism in the Russian Federation] // Journal of Legal and Economic Studies. 2010. no. 2. pp. 73–77.

8. Sidorova E.E., Makhonina U.S. *Benchmarking korporativnyh socialnyh investitsij v Rossii* [Benchmarking corporate social investments in Russia] // Proceedings of Volgograd State Technical University. 2009. no. 8. Vol. 4. pp. 83–87.

9. Sharafanova E.E. *Strategicheskoe planirovanie razvitiya turistskih organizacij i gostinichnyh kompleksov* [Strategic planning of development of tourism organizations and hotels]. monograph; Science Editor I.N. Gavrilchak; Saint Petersburg State University of Service and Economics. St. Petersburg, 2005. 276 p.

10. Jankowska A.A. *Institucionalnaja sreda socialnoj otvetstvennosti predpriyatija: teoretiko-jekonomicheskij analiz* [Institutional environment of social responsibility of the enterprise: theoretical-economic analysis]: the dissertation ... The candidate of economic sciences: 08.00.01, 08.00.05; [A protection Place: St. Petersburg. state. Univ]. St. Petersburg, 2008. 182 p.