

Социальное инвестирование как механизм реализации ответственности бизнеса перед обществом

© 2009 А.А. Веревокина

НИИ труда и социального страхования

В статье поднимаются вопросы формирования механизмов социального инвестирования российского бизнеса, которые предполагают удовлетворение социальных потребностей не только трудовых коллективов, но и местных сообществ, что для компаний является важным направлением повышения их капитализации.

Ключевые слова: бизнес, социальные инвестиции, социальная ответственность, социальный механизм, социальный результат.

Современный финансово-экономический кризис показал, что сложившаяся в стране за предыдущие годы система социальных гарантий недостаточно эффективна для предоставления полного набора социальных услуг всему населению. Это обуславливает актуальность развития социальной ответственности бизнеса для обеспечения необходимого уровня социальной защиты населения, соответствующего современным требованиям.

В данных условиях все большее значение приобретают социальные программы бизнеса, которые не сводятся к финансово-экономическим целям развития предприятия, а предполагают удовлетворение социальных потребностей не только трудовых коллективов, но и населения прилегающей к предприятиям территории, а также всего общества в целом.

В разных странах формы проявления социальной ответственности различны. Так, перед государством предприятие обязано своевременно и в установленном размере выплачивать все виды налогов, соблюдать антимонопольное законодательство, законодательство о защите прав потребителей и другие нормативные акты. В то же время социальная ответственность предпринимателя предполагает прозрачность и информационную открытость бизнеса, честное и уважительное отношение к деловым партнерам. Важнейшим индикатором социальной ответственности предпринимателей выступает их сознательное и целенаправленное участие в решении злободневных социальных проблем, стоящих как перед работниками предприятий, так и перед жителями территорий в местах их расположения, перед государством и обществом в целом, что реализуется с помощью социальных инвестиций.

Таким образом, решение бизнесом социальных проблем тесно сопрягается с понятием “социальные инвестиции”, под которыми в со-

временной экономической литературе понимаются вложения в объекты социальной сферы с целью получения дохода и повышения уровня и качества жизни людей посредством удовлетворения их материальных, социальных или духовных потребностей¹.

Со стороны государства социальные инвестиции измеряются показателями уровня жизни населения через денежные и реальные доходы на душу населения, определяемые уровнем заработной платы работников, величиной социальных выплат и льгот, уровнем налогов, индексом потребительских цен, уровнем инфляции, обеспеченностью жильем, количеством бесплатных социальных услуг (образование, здравоохранение, культурное, бытовое и коммунальное обслуживание), структурой доходов и расходов населения, уровнем безработицы. Конечно, определяющая роль в создании экономики благосостояния отводится государству, но в некоторых отраслях одних государственных средств недостаточно, а частные инвестиции связаны с высокими рисками (например, фундаментальная наука, образование, здравоохранение, экология и др.). Соответственно, здесь социальные инвестиции являются одним из важнейших инструментов вложения финансовых средств.

Однако сегодня в России реализация социального инвестирования является довольно проблематичной в связи с отсутствием единого представления о социальных инвестициях и бессистемным подходом к социальному инвестированию как процессу, а также отсутствием общепринятых стандартов публичной социальной отчетности компаний. Фактически, социальные инвестиции - это добровольный вклад бизнеса в общественное развитие. К ним относятся: спонсорство и благотворительная деятельность, по-

¹ Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы. М., 2005. С. 47.

печительство, взаимодействие с местным сообществом, властными структурами, корпоративные социальные программы.

В настоящее время большинство крупных российских компаний реализует различные социальные и благотворительные программы. Объемы затрат на эти цели могут достигать весьма значительных сумм - от 3% до 14% заявляемой прибыли².

Перечень направлений, в которых реализуются корпоративные социальные программы, достаточно широк - это экология, развитие спорта, культуры, образования, муниципальной социальной инфраструктуры, независимых СМИ, муниципального управления, поддержка общественных инициатив и талантливой молодежи. Часть этих программ имеет исключительно благотворительный характер, но в последнее время все больше компаний рассматривают свое участие в проектах развития социальной сферы как инвестиционные вложения.

Социальное инвестирование, таким образом, представляет собой способ реализации корпоративной социальной ответственности посредством целевых программ, которые отвечают потребностям потребителей, персонала, местных сообществ. Его привлекательность обусловлена тем, что в стратегической перспективе социальные инвестиции всегда взаимно выгодны. Сам термин "социальные инвестиции" подразумевает, что данные вложения должны окупиться в силу наличия специальных механизмов получения дополнительной выгоды. Например, вложения в экологическую безопасность производства, которых требуют местные сообщества, окупаются за счет снижения профессиональной заболеваемости, роста производительности труда, повышения социальной стабильности в местах расположения предприятий, укрепления репутации и т.п.

Преимущества, которые дает компаниям реализация стратегий корпоративной ответственности, включают в себя возросшее удовлетворение персонала, сокращение текучести кадров и увеличение ценности бренда. Компании, не развивающие механизмы социального инвестирования, упускают возможности в бизнесе, теряют конкурентные преимущества и отстают в управлении. Не внедряя стратегии КСО, они, во-первых, не отслеживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду, а во-вторых, не полностью реализуют свой экономический потенциал.

В данной связи можно выделить две основные составляющие концепции социального ин-

вестирования. Первая - это минимизация бизнес-рисков, т.е. идентификация и заполнение всех пробелов, которые существуют во взаимоотношениях компании и общества.

Вторая составляющая социального инвестирования - превращение проблем, существующих в общественной жизни и окружающей среде, в новые возможности для бизнеса, когда компании могут использовать свой основной бизнес для борьбы с социальными проблемами.

Финансовая сторона социальной политики компании базируется на распределении части прибыли, что предполагает учет общих принципов корпоративного управления и, прежде всего, прозрачности и соответствия затрат интересам акционеров, а также строгий контроль за целевым использованием средств и оценку полученных результатов.

В отличие от инвестиций в производство или маркетинг, непосредственно отражающихся в бизнес-процессах, социальные инвестиции предполагают более сложные и непрямые механизмы возврата вложенных средств. Тем не менее, в конечном итоге социальные инвестиции оказывают влияние на базовые бизнес-процессы компании, такие как производство товаров и услуг, их продвижение и реализация, привлечение дополнительного капитала.

Основным механизмом возвратности социальных инвестиций является воздействие на улучшение производственной сферы. Эффект социальных инвестиций в производственном процессе определяется снижением издержек производства, ростом производительности труда, увеличением количества квалифицированных специалистов, а также общими социально-экономическими показателями конкретного предприятия. Социальная деятельность предприятия способствует снижению потерь от временной нетрудоспособности сотрудников, повышению обеспеченности квалифицированными специалистами, снижению потерь, обусловленных воздействием на окружающую среду, и т.п.

Инвестициями, эффективностью которых является через влияние на производственный процесс, являются программы подготовки кадров, развития социальной инфраструктуры, повышения качества жизни населения в местах расположения предприятий. Такие программы представляют собой механизм возврата социальных инвестиций. Они обычно используются компаниями, располагающими большими производствами, в особенности, если эти производства являются градообразующими.

Другим, не менее важным механизмом возвратности социальных инвестиций является про-

² Зендриков К. Социальные инвестиции: механизмы возвратности // PR-manager. 2006. №8. С. 3.

движение и продажа товаров и услуг. В этом случае эффект социальных инвестиций определяется тем, насколько они повлияли на репутацию компании в глазах покупателей, расширение присутствия на рынке, увеличение объема продаж и стоимости бренда.

Социально ответственная позиция компании становится конкурентным преимуществом в глазах современных покупателей. Так, если благотворительные программы оказывают влияние на продвижение корпоративных ценностей и способствуют повышению лояльности потребителей, то эффективная социальная стратегия для компаний, работающих на массовом потребительском рынке, дополняет традиционные маркетинговые программы.

Вместе с тем, как показывает практика, самым эффективным механизмом возвратности социальных инвестиций является обеспечение условий для привлечения дополнительных инвестиций. В этом случае эффект социальных инвестиций определяется тем, насколько социальные программы повлияли на репутацию компании в глазах инвестиционного сообщества, а также на оценку качества корпоративного управления.

При сходных финансовых показателях компания, имеющая отрицательные показатели по качеству труда, загрязнению окружающей среды, не оказывающая помощи местным сообществам, является менее привлекательной для инвестиций, чем социально ответственное предприятие. Наличие у компании эффективной социальной и экологической политики снижает риски и косвенно свидетельствует о высоком качестве корпоративного управления во всех сферах деятельности, о способности оперативно решать любые возникающие проблемы. В конечном итоге это снижает цену привлекаемых для развития ресурсов и повышает стоимость самой компании.

Как правило, механизм возврата эффективно используется корпорациями, планирующими или уже осуществившими размещение своих акций на международных торговых площадках. Включение ценных бумаг компаний в процесс обращения на фондовом рынке способствует снижению стоимости привлекаемых ресурсов. Но успешность этого обращения во многом зависит от общего мнения, складывающегося у покупателей ценных бумаг о данном эмитенте, что определяется проявлением социальной ответственности и заинтересованностью в развитии именно социально ответственного бизнеса. Данная тенденция в настоящее время получила широкое распространение как “социально ответственное” инвестирование, которое рассматривает социальные и экологические последствия инвести-

ций в общем контексте анализа компании при принятии инвестиционного решения.

Во многих развитых странах существуют нормативно оформленные требования, направленные на повышение уровня прозрачности и качества корпоративного управления, а также уровня корпоративной социальной ответственности компаний. Так, например, в США они поддерживаются на уровне законодательства (закон Сарбейнса-Оксли), а в европейских странах - на уровне кодексов лучшей практики, поддерживаемых саморегулируемыми ассоциациями. Существует несколько индексов, позволяющих оценить степень социальной ответственности организаций, - это FTSE4Good, Dow Jones Sustainable Index и др., которые учитываются при допуске ценных бумаг компаний к обращению на фондовых биржах или при получении кредитного рейтинга.

В России впервые необходимость развития социального инвестирования компаниями была признана в рамках “Доклада о социальных инвестициях в России в 2004 г. Роль бизнеса в общественном развитии”, подготовленном Программой развития ООН (ПРООН) и Ассоциацией менеджеров России³. В докладе обращает на себя внимание то обстоятельство, что социальная составляющая представлена через инвестиции в развитие человеческого потенциала и вклад в формирование гражданского общества через партнерские программы и проекты развития местного сообщества.

В определении социального инвестирования, данном в Докладе, необходимо выделить два принципиальных момента: добровольность социальных инвестиций и их деление на внутренние (для своего персонала) и внешние (вероятно, для гражданского общества и местных сообществ). Следует отметить, что в России корпоративная социальная ответственность бизнеса чаще всего отождествляется именно с внешней корпоративной социальной политикой.

Вместе с тем в области социальных инвестиций в России наблюдаются проблемы, связанные с институциональным несовершенством: государство формирует недостаточно эффективные правовые и социальные институты, а бизнес-структуры вынуждены дополнять социальную политику государства, осуществляя значительные социальные инвестиции, и тем самым отчасти заменять государственное участие в социальной сфере.

С точки зрения информационной открытости социальных программ компаний, Россия в

³ Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / под общ. ред. С.Е. Литовченко. М., 2004.

настоящее время находится в состоянии переходного периода. Результаты исследований, проведенных Ассоциацией менеджеров России, позволяют утверждать, что, несмотря на ряд серьезных факторов, дестимулирующих частный сектор относительно раскрытия информации о социальных инвестициях, фактический сдвиг в сторону раскрытия уже произошел, в первую очередь, в эшелоне крупных и транснациональных корпораций.

В ноябре 2004 г. в Москве на XIV съезде Российского союза промышленников и предпринимателей (работодателей) одобрена Социальная хартия российского бизнеса⁴. Этим документом устанавливаются общие этические принципы деятельности российского бизнеса. В их числе в качестве ключевых приоритетов бизнеса провозглашены принципы обеспечения здоровья и безопасности труда работников, признания трудовых прав работников, включая право на достойное вознаграждение труда, предотвращения любых форм дискриминации и принудительного труда, поддержки участия работников в решении принципиальных вопросов развития предприятий.

В Социальной хартии провозглашаются также принципы экономической и финансовой устойчивости предприятий, обеспечения качества продукции, экологической безопасности, участия в развитии местного сообщества. Иными словами, Социальная хартия российского бизне-

са исповедует принципы КСО, сформулированные в упомянутом докладе.

С принятием Хартии произошло изменение тенденций участия российского бизнеса в социальном развитии страны от традиционной “хаотичной” модели благотворительности к социальному инвестированию бизнеса. Согласно выборочному обследованию Российской Ассоциации менеджеров в России, социальные инвестиции бизнеса направлены: на развитие персонала - 52,3% от общего объема социальных инвестиций; на ресурсосбережение - 17%, на охрану здоровья - 12,6%. И только 10% предназначается на развитие местного сообщества⁵.

Однако, несмотря на наметившиеся изменения в процессе социального инвестирования, рост числа российских компаний, которые осознают факт необходимости добровольного (не регулируемого законодательно) участия в социальной деятельности, пока незначителен, так как отсутствуют стимулы со стороны государства к более активному развитию этого процесса как стратегии, нацеленной на повышение капитализации компаний. В этой связи дальнейшее его развитие находится в прямой зависимости от нормативного и стимулирующего воздействия государственных органов, направленного на повышение заинтересованности российских компаний к формированию институциональных основ социального инвестирования.

Поступила в редакцию 01.11.2009 г.

⁴ Социальная хартия российского бизнеса. URL: <http://www.tpprf.ru>.

⁵ Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / под общ. ред. С.Е. Литовченко. М., 2004. С. 11.