

Развитие процессов социального инвестирования в рамках развития социальной ответственности бизнеса

© 2013 Пескова Ольга Сергеевна
кандидат экономических наук, доцент
Борискина Татьяна Борисовна
кандидат социологических наук, доцент
Волгоградский государственный технический университет
E-mail: peskovaolga81@mail.ru

Рассмотрена необходимость распространения практики осуществления инвестиций в социальную сферу российскими корпорациями и основные проблемы, с которыми при этом может столкнуться бизнес-сообщество, определено место социальных инвестиций в системе корпоративного управления, сформулированы рекомендации по усовершенствованию механизма реализации социального инвестирования.

Ключевые слова: социальные инвестиции, государство, общество, бизнес, корпорация, социальная ответственность, корпоративное управление, эффективность, благотворительность, социальные программы.

Современная социально-экономическая ситуация в России, укрепление бизнес-сектора, рост амбиций российских компаний на международной арене стали предпосылками для системных изменений в их социально-направленной деятельности. Потребность российского бизнеса в получении общественного признания и закреплении на внутреннем и внешнем рынках является стимулом для изменений в подходе компаний к взаимодействию с обществом, т.е. для развития социальной ответственности отечественного бизнеса.

Кроме того, социально ответственный бизнес имеет ряд существенных преимуществ¹ для своего развития, среди которых можно выделить следующие:

- улучшение финансовых показателей. Продуманная социальная политика, прозрачность компании в отношении охраны окружающей среды и взаимоотношений с персоналом могут влиять на финансовые показатели;
- улучшение имиджа и репутации брендов. Товарное изобилие, большие возможности выбора на рынке создают условия, при которых на выбор потребителей того или иного товара или бренда влияют не только цена товара, его качество, но и десятки других факторов. Одним из факторов влияния, как показывают многочисленные исследования, является и репутация компании как социально ответственной корпорации, известность и признание ее социальной деятельности;
- лояльность потребителей. Успешная и продуманная политика социальной ответственности может существенно влиять на уровень продаж компаний и лояльность потребителей. В России

пока не проводилось масштабных исследований взаимосвязи социальной ответственности компаний и их продаж во многом из-за того, что большинство компаний “держат в секрете” свою социальную политику. Однако даже пограничные исследования² показывают намечающуюся взаимосвязь между поведением потребителей и репутацией компании как социально ответственной корпорации;

- снижение текучести кадров, повышение лояльности персонала, повышение мотивации сотрудников. Компании, имеющие продуманную политику социальной ответственности, легче привлекают профессионалов, снижают текучесть кадров, сокращают расходы на обучение работников в связи с низкой текучкой. В 2001 г. более половины выпускников MBA (Master of Business Administration) предпочитали выбирать компании, которые известны своим ответственным отношением к обществу, существенными социальными программами.

Необходимо отметить, что социальная ответственность бизнеса предполагает добровольное принятие компанией определенных обязательств, причем даже в неблагоприятных условиях³. Такая концепция, безусловно, затратна для организации, однако дает стратегические преимущества в долгосрочной перспективе. В рамках социальной ответственности бизнеса может быть выделена внутрикорпоративная социальная ответственность, направленная на формирование внутреннего позитивного имиджа компании в целях привлечения и удержания квалифицированного персонала, формирования лояльности персонала и позитивной трудовой мотивации⁴.

Успешный бизнес западных стран с конца XX столетия начинает менять установки своего развития, признавая приоритет своего участия в создании и совершенствовании человеческого капитала. В этом процессе все виды спонсорства и “узкого круга” социальной защиты становятся для бизнеса (и общества) бесперспективными, так как, по существу, порождают иждивенчество со стороны определенной части населения своих стран. “...Уже давно очевидно, что в мире глобальной конкуренции социальные гарантии могут сочетаться с рыночными механизмами лишь до определенного предела, не приводя к серьезным негативным последствиям в экономике”⁵.

Другими словами, необходимость достижения конкурентоспособности национальной экономики в условиях глобализации и активного развития зарубежных стран, повышения инвестиционной привлекательности, перехода к инновационной экономике с активной социальной составляющей, центром которой является человек и человеческий капитал, требует развития процессов социального инвестирования в рамках развития социальной ответственности бизнеса.

Исходя из вышеизложенного, остановимся на развитии корпоративной социальной ответственности, поскольку корпоративная социальная ответственность, включающая в себя активное социальное инвестирование, приводит к получению долгосрочных конкурентных преимуществ, в том числе и за счет снижения рисков нанесения ущерба заинтересованным сторонам в краткосрочной перспективе. Таким образом, происходит формирование социального капитала (взаимного доверия) как внутри компании, так и во взаимодействии с внешними заинтересованными сторонами⁶.

В данной связи важным представляется разделение социальной политики корпорации в соответствии с ее адресатами на внутреннюю и внешнюю⁷. Внутренняя корпоративная социальная политика - социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании. Внешняя корпоративная социальная политика - социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании или ее отдельных предприятий.

Говоря о корпоративной социальной ответственности бизнеса, необходимо, прежде всего, вести речь о проектах социального инвестирования. Социальные инвестиции как форма реализации корпоративной социальной ответственности - это инвестиции, направленные на развитие творческого и трудового потенциала людей на основе повышения качества жизни населения

посредством формирования и развития социальной и экологической инфраструктуры для повышения устойчивости бизнеса и уменьшения его рисков. Целью социального инвестирования бизнеса является повышение инвестиционной привлекательности компании и региона путем увеличения человеческого капитала и минимизации социальных рисков. Главным критерием эффективности социальных инвестиций бизнеса - рост его инвестиционной стоимости в долгосрочном периоде. Однако реализация социальных проектов бизнеса воздействует не только на эффективность предприятия, но и на экономическое и социальное развитие общества в целом, приводя к изменению структуры общественного производства на микро-, мезо- и макроуровнях, способствуя росту инновационного потенциала компании и экономики страны в целом, повышению инвестиционной привлекательности компании, региона, страны⁸.

Перспективы социального инвестирования в современной России обуславливаются экономическими основами функционирования систем хозяйствования, когда бизнес-системы, базирующиеся на ресурсном равновесии, переходят к функционированию в среде интеллектуализации собственности и человеческого капитала. Механизмом осуществления такой цели становится партнерство в реализации проектов социально ответственного бизнеса. Поэтому, кроме мотивов роста стоимости и сохранения прав собственности, бизнес поставлен перед необходимостью перейти к рынку социальных инвестиций. Характерной особенностью социального инвестирования является привлечение и выделение ресурсов для решения проблем, нацеленных на человеческое развитие, они осуществляются в те сферы общественного воспроизводства, которые связаны с развитием нематериального потенциала, обеспечивающего возможность создавать и реализовывать новую добавленную стоимость. Это могут быть: программы, связанные с решением актуальных проблем самой фирмы (развитие и обучение персонала с точки зрения его креативности; гранты наиболее образованным работникам, генераторам идей, обладающим уникальными знаниями и навыками), или создание инновационных моделей и механизмов инвестирования социальной структуры территорий присутствия⁹.

Состояние дел в области развития социально ответственного бизнеса, благотворительности и филантропии (по сути своей это равнозначные термины) показывает уровень морально-нравственного развития общества. Исходя из мирового опыта, российскому бизнесу следует

сделать вывод о том, что единственным (на данный момент времени) экономическим механизмом решения проблемы перехода к инновационному вектору развития (через формирования и развития человеческого интеллектуального капитала нации) являются инвестиции в человеческое развитие.

В самом общем виде все вложения в человека, которые осуществляются с целью сохранения и укрепления его здоровья, повышения квалификации, приобретения новых знаний, умений, навыков и тем самым способствуют росту производительности и доходов, можно рассматривать как инвестиции в человеческий капитал¹⁰. Обычно к таким инвестициям относят вложения в общее и профессиональное образование, подготовку на производстве, сохранение и укрепление здоровья, а также расходы, связанные с поиском экономически значимой информации, рождением и воспитанием детей, миграцией.

Сформированный посредством инвестиций человеческий капитал есть система ценностей, качеств, свойств, воплощенных в человеке, которые не могут быть точно скопированы и воспроизведены в другом месте¹¹. Ввиду такой низкой ликвидности человеческого капитала, обусловленной тем, что он в большинстве своем неотделим от личности своего владельца, а значит, не является товаром, неосязаем, характеризуется качественным непостоянством, инвестиции в формирование и развитие человеческого капитала отличает высокая степень риска, много большая, нежели для вещественного капитала, поскольку риск, связанный с вложениями в человеческий капитал, практически не страхуем.

Ряд исследователей отождествляют инвестиции в человеческий капитал и собственно человеческий капитал¹². Однако мы придерживаемся иной позиции: в производственном процессе человеческий капитал способен самовозрастать и воспроизводиться на качественно более высоком уровне посредством приобретения человеком опыта в результате деятельности, дающего ему дополнительные знания, навыки. Таким образом, человеческий капитал является результатом не только вложенных в его формирование и развитие инвестиций, но и практической деятельности самого человека. Поэтому при исследовании инвестиционных особенностей воспроизводства человеческого капитала важно учитывать наличие вложений в форме затрат труда самого носителя человеческого капитала, которые не поддаются пока, к сожалению, точному денежному исчислению.

Кроме того, в исследовании особенностей социальных инвестиций в человеческий капитал важно учитывать, что при выборе направлений инвестирования и самой сферы приложения своих способностей человек с развитием общества все более руководствуется личными склонностями и интересами, а не только и не столько соображениями доходности и прибыльности. Вместе с тем, решения относительно направленности вложений и области реализации человеческого капитала в ряде случаев могут приниматься не самим его владельцем, а другими людьми, например, родителями, членами семьи. Поэтому инвестирование в человеческий капитал в определенной степени испытывает воздействие исторических, национально-культурных традиций¹³.

В ведущих странах мира значительное внимание уделяется развитию высшего образования, определяющего последующее воспроизводство человеческого капитала. Причем даже близкие по уровню социально-экономического развития государства западной Европы придерживаются различной стратегии при инвестировании в этом направлении. Например, по отношению к общей сумме государственных расходов наименьшие инвестиции в высшее образование (до 1 %) осуществляются в Люксембурге, чуть больше (1-2 %) - в Греции, Португалии, Великобритании, Германии, Франции, Италии, несколько выше среднего значения государственные инвестиции в высшее образование в Ирландии, Дании, Бельгии, Испании, и наконец, максимального значения уровень инвестиций в высшее образование в отношении к общегосударственным расходам достигает в Нидерландах (свыше 4 %).

До недавнего времени внутри модели организации хозяйства, сложившейся в отечественной экономике, инвестиции в человеческий капитал финансировались в основном из государственных источников: из средств союзного, республиканских и местных бюджетов, а также за счет средств государственных предприятий и организаций. Это, с одной стороны, обеспечивало социальную справедливость, но, с другой - привело к негативным явлениям. В частности, возникла проблема излишней монополизации отраслей образования, здравоохранения, даже культуры и связанная с этим проблема отсутствия права выбора для самого носителя человеческого капитала. В данных условиях лишь незначительная часть вложений покрывалась из частных источников. Например, часть санаторно-курортных услуг, обучение в музыкальной, художественной

Типология государств Европы по уровню государственных инвестиций в высшее образование*

Группы	По отношению к общим государственным расходам	По отношению к доле расходов на образование в бюджете	По отношению к валовому национальному продукту
Небольшие	До 1 % Люксембург	До 5 % Люксембург	До 0,5 % Люксембург, Испания, Италия
Ниже среднего уровня	1-2 % Греция, Португалия, Великобритания, Германия, Франция, Италия	5-15 % Франция	0,5-1 % Бельгия, Германия, Великобритания, Греция, Португалия, Франция
Выше среднего уровня	2-3 % Ирландия, Дания, Бельгия, Испания	15-25% Испания, Великобритания, Португалия, Италия, Бельгия, Ирландия, Германия, Греция	1-1,5% Дания, Ирландия
Большие	Свыше 3 % Нидерланды	Свыше 25 % Нидерланды, Дания	Свыше 1,5 % Нидерланды

* Составлено по материалам: Эйхер Ж.-К., Шевалье Т. Переосмысление проблем финансирования послевузовского образования // Высшее образование в Европе. 1992. № 1. С. 57-71.

школах, оплата услуг репетиторов и т.д. Но они существенной роли не играли.

Мы убеждены, что сложившаяся практика, когда все расходы, связанные с финансированием инвестиций в человеческий капитал, должно взять на себя государство, поскольку домохозяйства и частный бизнес не способны нести это бремя, представляется сегодня неактуальной. Учитывая, что отдача от вложений в сферу формирования и накопления человеческого капитала распространяется и на предприятия, и на домохозяйства, и на общество в целом, финансирование таких инвестиций должно осуществляться из разных источников за счет экономически обоснованных вложений заинтересованных инвесторов. То есть социальное инвестирование процессов воспроизводства человеческого капитала должно осуществляться на принципах государственно-частного партнерства. В последнем случае система оказывается более устойчивой, поскольку при несостоятельности одного из источников инвестиции в человеческий капитал могут быть поддержаны из других. Частично отдавая право собственности на физический капитал (акционерная собственность), бизнес укрепляет свою собственность путем инвестирования в креативную часть капитала интеллектуальный человеческий капитал. Прибыль все чаще создается наемным работником-собственником, имеющим альтернативные источники дохода, а человеческий капитал превращается в важнейший ресурс, от которого зависит эффективность развития общественного воспроизводства¹⁴.

Развитие взаимодействия бизнеса и государства через социальное инвестирование в инновационной сфере является одним из важных ус-

ловий формирования эффективной экономической политики, повышения инновационной активности, развития экономической и социальной инфраструктуры.

Социальные инвестиции благотворно влияют на деловую практику компаний и стимулируют позитивные перемены в обществе. Бизнесу очень важно понять, что расходы на социальные программы - это не благотворительность, а инвестиции, имеющие значительный социальный эффект. Эффект может быть в виде укрепления доверия и создания положительного имиджа компании среди представителей сообщества, куда были направлены инвестиции. Многие зарубежные исследования показывают: при прочих равных условиях люди выбирают ту компанию, которая, по их мнению, является социально ответственной¹⁵. Таким образом, непосредственные бизнес-выгоды от социальных инвестиций - создание стабильной деловой среды, снижение операционных рисков, подъем финансовых показателей, рост продаж, повышение производительности труда, расширение рынка, увеличение рыночной стоимости компании в долгосрочной перспективе.

¹ См.: О докладе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации 2005 года "О состоянии законодательства в Российской Федерации" : постановление Совета Федерации Федерального Собрания Рос. Федерации от 8 февр. 2006 г. □ 36-СФ; О социальной ответственности бизнеса в современной России : постановление Правления Торгово-промышленной палаты Рос. Федерации от 23 дек. 2003 г. □ 71-7. URL: <http://www.dkipb.com>.

² См.: Исследование отношения населения к благотворительности, CAF, 1999; Исследование корпоративной филантропии в России, CAF, 2002. URL:

http://bb.lfond.spb.ru/research_agencies.php. <http://www.processconsulting.ru/doc/evaluation.pdf>.

³ *Беллева И.Ю., Эскиндаров М.А.* Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография. М., 2008.

⁴ *Цей С.А.* Социальное инвестирование как форма проявления корпоративной ответственности бизнеса. Майкоп // Новые технологии. 2010. □ 2. С. 133-137.

⁵ *Гринспен А.* Эпоха потрясений : пер. с англ. М., 2008. С. 477.

⁶ *Цей С.А.* Указ. соч.

⁷ *Озерникова Т.* Работодатель с “человеческим лицом”. Как происходит трансформация социальной ответственности бизнеса в условиях кризиса // Кадровик. Трудовое право для кадровика. 2009. □ 11. С. 20-26.

⁸ *Чирикова А.Е.* Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: региональная проекция. М., 2007.

⁹ *Данилова О.В.* Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теорети-

ко-экономический аспект) : дис. ... д-ра экон. наук. М., 2009. С. 120-121.

¹⁰ *Морозова И.А.* Инвестиционные процессы в сфере воспроизводства человеческого капитала. Волгоград, 2006. С. 133.

¹¹ См.: *Thurow L.* Investment in Human Capital. Belmont, 1970; *Добрынин А.Н., Дятлов С.А.* Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования. СПб., 1999; *Machlup F.* The Economics of information and Human Capital. Princeton, 1984; *Симкина Л.Г.* Человеческий капитал в инновационной экономике. СПб., 2000.

¹² См.: *Halsey A., Karabel J.* Power and Ideology in Education. N.Y., 1977.

¹³ См.: *Halsey A., Karabel J.* Op. cit.; *Thurow L.* Op. cit. P. 86.

¹⁴ *Данилова О.В.* Указ. соч. С. 115.

¹⁵ *Цей С.А.* Указ. соч.

Поступила в редакцию 06.03.2013 г.