

*Цей Саида Асланбиевна, аспирант кафедры бухгалтерского учета ФГОУ ВПО «Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации», Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пушкина, д. 257, e-mail: [ntsey1@yandex.ru](mailto:ntsey1@yandex.ru), т. 89636994145; 89184205768.*

**СОЦИАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ФОРМА ПРОЯВЛЕНИЯ  
КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА**  
(рецензирована)

*В статье 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, проведены исследования нефинансовых отчетов компаний, сформулированы рекомендации по усовершенствованию механизма реализации социального инвестирования.*

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

*Tsei Saida Aslanbievna, post-graduate of the Department of Accounting of FSEI HPO 'Financial Academy under the Government of the Russian Federation', Republic of Adygea, Maikop, 257, Pushkin St., e-mail: [ntsey1@yandex.ru](mailto:ntsey1@yandex.ru), tel.: 89636994145, 89184205768.*

**SOCIAL INVESTMENT AS A FORM OF EXPRESSION OF CORPORATE RESPONSIBILITY OF  
BUSINESS**

*The article deals with the need to spread the practice of social investment by Russian corporations and the major problems that may interfere with the business-community. The place of social investment in the corporate governance system has been established. Non-financial reports of companies have been studied, recommendations on improving the mechanism for implementing social investment have been provided.*

*Keywords: social investment, the state, society, business, corporation, social responsibility, corporate governance, efficiency, charity, social programs, non-financial reports, analysis.*

Исследование процесса социального инвестирования корпораций занимает важное место в социально-экономической практике управления. Особенно это необходимо для современного российского общества, стоящего перед решением двух стратегических задач: построение социально ориентированной рыночной экономики и переход от индустриального к постиндустриальному, преимущественно инновационному пути развития. Очевидно, что без достижения баланса между экономической эффективностью деятельности бизнеса и социальной справедливостью их решение невозможно. Системой, в рамках которой осуществляется баланс между социальной справедливостью и экономической эффективностью, является инвестиционная сфера, а основными ее субъектами выступают бизнес, государство и общество.[1]

Признание того, что государство не может единолично обеспечивать гарантии своим гражданам при реализации потребностей развития человеческого капитала, обусловило необходимость поиска субъектов, способных предотвратить стихийное развитие этого процесса и снижение человеческого потенциала страны. Крупными субъектами хозяйствования, обеспечивающими эффективное функционирование экономики, развитие ее базовых отраслей и удержание конкурентоспособных позиций на мировом рынке, являются корпорации. Поэтому закономерно, что государство перераспределило часть своих социальных функций не только на индивидов, но и на корпорации. Корпорации, помимо производства продукции, стали формировать социальные характеристики рабочей силы, поддерживать стабильность социума, регулировать оптимальные пропорции благосостояния между различными слоями населения в процессе осуществления социальных инвестиций.

Между тем, корпоративная социальная ответственность – это добровольный вклад частного сектора в общественное развитие через механизм социальных инвестиций.[2] Социальные инвестиции бизнеса – это материальные, технологические, управленческие и иные ресурсы, а также финансовые средства компаний, направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ, разработанных с учетом интересов основных внутренних и внешних заинтересованных сторон, в предположении, что в стратегическом отношении компанией будет получен социальный и экономический эффект. Еще одной важной дефиницией исследуемого проблемного поля является **социальное инвестирование**.

Инвестиции в социальную сферу (социальное инвестирование) подразумевают проведение целенаправленной долгосрочной политики компании в местных сообществах, предполагающей решение общественно значимых задач, взаимное вложение ресурсов и приносящей выгоды всем участникам процесса. В ряде случаев термин «социальное инвестирование» используется в узком смысле для социальных программ, которые предусматривают возврат предоставленных бизнесом средств. Однако в целом возвратность средств не является обязательным условием социального инвестирования. Важно, чтобы партнер пре-доставил свой собственный вклад. Тем не менее, бизнес – это институт, который появился в результате общественного развития, поэтому организации, занимающиеся бизнесом, по идее должны нести некую ответственность перед социумом, соответствуя определенным общественным ожиданиям. В связи с этим, контекст и содержание этой ответственности остаются предметом споров, как научных, так и практических.[6]

На наш взгляд, следует подчеркнуть тот факт, что корпоративная социальная ответственность не может рассматриваться по отношению к обществу в целом. Для каждой организации, ведущей бизнес, общество представляет собой систему заинтересованных сторон, включающую в себя индивидуумов, группы и организации, оказывающие влияние на принимаемые компанией решения и (или) оказывающиеся под воздействием этих решений.

Как показывает практика, корпоративная социальная ответственность может быть определена как рациональный отклик компании на систему противоречивых ожиданий заинтересованных сторон, направленный на устойчивое развитие компании.

Корпоративные социальные программы, в первую очередь, следует рассматривать с позиции рациональности и извлечения выгод в долгосрочном периоде. Масштаб и охват корпоративной социальной политики будет зависеть от конкретных целей (краткосрочных и долгосрочных), которые преследует компания и многих внешних условий.

Долгосрочные социальные программы представляют собой не что иное, как инвестиции. Корпоративная социальная ответственность, включающая в себя активное социальное инвестирование, по идее 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 сторонами.

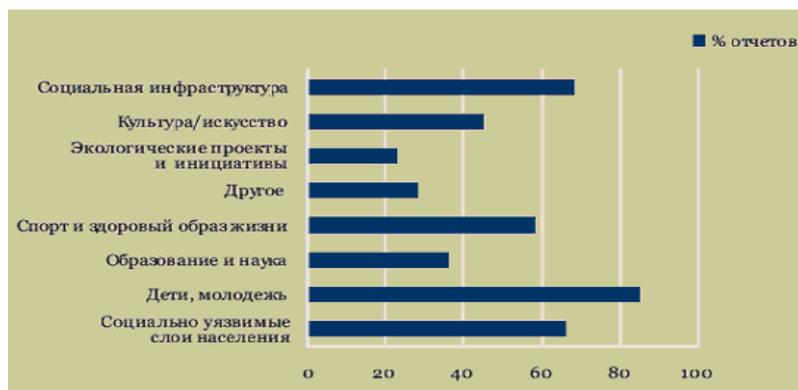
В связи с этим, важным представляется разделение социальной политики корпорации в соответствие с её адресатам на внутреннюю и внешнюю.[2] Внутренняя корпоративная социальная политика - социальная политика, проводимая для работников своей компании, а потому ограниченная рамками данной компании. Внешняя корпоративная социальная политика – социальная политика, проводимая для местного сообщества на территории деятельности компании или ее отдельных предприятий.

Как показали наши исследования, обычно программы «внутренних» инвестиций не выходят за рамки следующих расходов: развитие персонала, повышение профессионально-квалификационного уровня работников; формирование корпоративной культуры; рекреация и оздоровление работников и членов их семей; привлечение и поддержка молодежи, в том числе и в образовательных программах; спортивные программы; оказание материальной помощи; помощь ветеранам; реализация разнообразных детских программ. Из тридцати проанализированных нами социальных отчетов российских публичных компаний примерно двадцать из них уделяют должное внимание данным сферам. Внутренняя корпоративная политика направлена, как правило, как на развитие социального капитала, путем укрепления связей, в том числе и неформальных, между работниками, а также между руководством компаний и работниками, так и на увеличение человеческого капитала (здоровье, образование) сотрудников.

Между тем, по данным исследований нефинансовых отчетов корпораций можно сделать вывод, что все больше компаний участвует в различных внешних социальных проектах (федеральных и региональных), инициируемых как властью, так и самостоятельно. Основные направления социального

партнерства бизнеса и власти: участие в финансировании иницируемых властью масштабных инвестиций в религиозные, медицинские, спортивные, культурные объекты; содержание объектов ЖКХ; поддержка деятельности и формирование базы медицинских, образовательных и культурных учреждений; помощь в организации культурной деятельности; проведение образовательных проектов для населения; поддержка инновационных проектов, направленных на развитие местного сообщества; поддержка незащищённых групп населения. В некоторых случаях внешняя социальная политика фирмы способствует устранению провалов государства в определенных направлениях социальной сферы; зачастую муниципальные и региональные власти согласуют и даже переключают значительную часть социальной нагрузки на компании.

Рассмотрим практическое применение корпоративной социальной ответственности российскими компаниями. [3]



*График 1. Приоритетные направления социальных инвестиций и программ российских компаний (по упоминанию в нефинансовых отчетах)*

В результате проведенного нами анализа данных, содержащихся в нефинансовых отчетах российских компаний, удалось отследить тенденцию увеличения социальных инвестиций в образование и здравоохранение. На наш взгляд, это закономерно, так как тем самым бизнес восстанавливает провалы государства в части недоинвестирования в человеческий капитал страны.

Многие публичные компании осознают сегодня важность внутренних социальных программ как своего конкурентного преимущества. Дальнейшее развитие в социальной практике корпораций получили следующие программы: добровольного медицинского страхования; жилищного кредитования; негосударственного пенсионного обеспечения. Помимо этих программ, корпорации осуществляют также программы, направленные на охрану здоровья сотрудников, продвижение здорового образа жизни и организацию отдыха персонала и членов их семей независимо от отраслевой принадлежности.

Программы льготного жилищного кредитования недостаточно распространены в российских компаниях из-за очень высоких цен на жильё и неудовлетворительных темпах жилищного строительства. Тем не менее, в некоторых корпорациях подобная практика социального инвестирования действует: «Северсталь» тратит 21% социальных инвестиций, а «Роснефть» более 12% на обеспечение работников жильем.

Негосударственное пенсионное обеспечение в некоторых компаниях осуществляется за счет оказания дополнительной материальной помощи, вышедшим на пенсию работникам. В то же время ряд российских компаний перешли на качественно новый уровень пенсионного обеспечения накопительные корпоративные пенсионные программы, увязанные с негосударственными пенсионными фондами. Как показывает практика, в результате, в отдельных отраслях (нефтегазовая отрасль и железнодорожный транспорт) практически каждый работник, вышедший на пенсию, получает наряду с государственной ещё и негосударственную пенсию.

Целевое развитие персонала компании – мировые лидеры считают сегодня одной из актуальных стратегических задач. Важной тенденцией является появление у компаний собственных центров обучения – корпоративных университетов. Имеющийся позитивный опыт в этом направлении достаточно убедителен даже для правительств развитых стран: в последние годы идет активное обсуждение законопроектов о признании корпоративного обучения наравне с обучением, предоставляемом государственными и негосударственными учебными заведениями, имеющими соответствующие лицензии/сертификаты. В настоящее время, в условиях кризиса, объем

корпоративного обучения и количество корпоративных университетов быстро и неуклонно сокращается.[3]

Участие в развитии местного сообщества, в решении социально-значимых проблем, стоящих перед страной, представляет собой важный элемент корпоративных стратегий и относится к существенным принципам социально ответственного предпринимательства. Многие российские корпорации имеют опыт реализации внешних социальных программ, включая различные благотворительные программы.

В условиях экономических потрясений 2008-2009 гг., в крупных промышленных холдингах, согласно данным исследований, сохранились блоки программ, связанные с поддержкой местных сообществ. В российских моногородах происходило высвобождение рабочей силы, и для того, чтобы оно было не столь критичным, компании уделяли большое внимание таким программам, как, например, переобучение высвобождающихся сотрудников. С точки зрения чисто благотворительных программ меньше всего пострадали программы, связанные с поддержкой детей, так как это – традиционно одна из наиболее приоритетных сфер для российских компаний. В целом нельзя говорить о том, что 2009 г. стал провальным для КСО. Конечно следует признать, что в 2009 г. затраты компаний на КСО и нефинансовую отчетность существенно (до 70%) снизились. Причем многие компании, у которых, несмотря на кризис, есть свободные деньги, воспользовались неблагоприятной экономической ситуацией, чтобы сократить инвестиции в социальную сферу. Таким образом, кризис просто стал для них хорошим поводом, чтобы оптимизировать расходы. В то же время то, что уже было создано в компаниях в сфере социальной ответственности, не изменилось, в том числе люди, занимающиеся этими вопросами в корпорациях, практически не попали под сокращение (исключение составляет лишь небольшое число компаний). При этом, как видно из практики, компании постарались сохранить финансирование действительно важных для них программ. Сократилось большое число социальных и благотворительных проектов на федеральном уровне, однако региональные инициативы не были закрыты или сокращены.

Между тем, на сегодняшний день по результатам проводимого исследования нефинансовых отчетов российских корпораций отмечена тенденция роста затрат на социальную политику. Проанализировав также распределение социальных инвестиций по секторам экономики, было выявлено однозначное увеличение социальных инвестиций в сырьевом секторе экономики, в то время как в перерабатывающем секторе экономики и сфере услуг имеет место снижение показателей. Последствиями данного явления может являться и ускорение отставания нашей страны в несырьевых отраслях от ведущих стран мира, в том числе из-за невысокого качества человеческого и социального капитала. Данное предположение подтверждается при рассмотрении ещё более подробных поотраслевых инвестиций. В перерабатывающем секторе – химическая промышленность и частично машиностроение, а в сфере услуг – транспорт и финансовый сектор значительно сократили относительные затраты на социальные программы. В то время как основной рост был обеспечен топливным сектором и сервисом, а также в меньшей мере лесной промышленностью.

По итогам проведенного анализа отчетов российских компаний (ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «ГМК «Норильский никель», ОАО «Татнефть», ОАО «СИБУР-Холдинг», ОАО «Газпром» и др.) установлено, что самую сбалансированную социальную политику в последние годы проводили компании топливного комплекса: за последние четыре года в топливном комплексе инвестиции в местные сообщества возросли почти в три раза с 10,9% до 31,1% (в то же время затраты на природоохранную деятельность существенно снизились, более чем в 2 раза – с 35,5% до 14,3%). Подобный рост расходов на развитие местного сообщества может быть связан, в первую очередь, с введением в действие программ повышения качества жизни сотрудников и членов их семей в моногородах топливно-энергетической промышленности (ввод в эксплуатацию новых домов) и развитие финансовой инфраструктуры. Металлургический комплекс также ориентирован на персонал и местное сообщество, так как большинство компаний является градообразующими, однако по показателю инвестиций в местное сообщество, топливному комплексу он уступает. Энергетики демонстрируют наибольший объем инвестиций в персонал и наименьший в экологию, например, за последние четыре года инвестиции в экологию упали в три раза в пользу персонала. Одно из объяснений данного феномена заключается в реструктуризации отрасли и падения эффекта от масштаба. В лесной промышленности наблюдались обратные тенденции: падение расходов на персонал, но увеличение на экологию (более, чем в 3 раза). В машиностроении наблюдается тенденция роста внутренних инвестиций: в три раза возросли затраты на персонал (охрану здоровья и обеспечение безопасных условий труда работникам, а также повышение квалификации работников) и в десять раз сократились затраты на деловую репутацию. Данная динамика обусловлена переходом к новым технологиям, требующим повышения качества персонала. В производстве потребительских товаров наибольшее внимание уделяется

персоналу: за четыре года выросло в 1,5 раза (с 47,1% до 71,5%). Доля инвестиций в местное сообщество стабильно высока – около 23%. Данная тенденция связана с большой привязанностью компаний, занимающихся производством потребительских товаров к регионам – рынкам сбыта. В строительстве расходы на развитие персонала и экологию – примерно треть. В химической промышленности произошел переход от развития персонала к природоохранной деятельности (в основном, из-за технических регламентов). Финансовый сектор перешел от развития персонала к вкладам в местное сообщество. Доля расходов на персонал снизилась с 75,9% до 58,3%, а развитие местного сообщества возросла с 17% до 29,5%. Отрасль профессиональных услуг можно охарактеризовать высокими совокупными «внутренними» инвестициями. Однако по сравнению с 2003 г. в данной отрасли (как и в финансовом секторе) очень быстро возросли расходы на инвестиции в местное сообщество от 0 до 25,9%. Между тем, торговля – один из лидеров по «внутренним» инвестициям. Транспортные компании также отдают приоритет «внутренним» социальным инвестициям: на развитие персонала и охрану его здоровья направлено около 92,2% инвестиций. В 2008 г. по сравнению с 2003 г. ситуация изменилась незначительно (было 91,4%).[3] Важность оценки результатов внешних социальных программ признают многие компании, однако на сегодняшний день пока нельзя сказать, что в России эта практика получила широкое распространение.

Основные проблемы, с которыми сталкивается бизнес-сообщество при осуществлении социальных инвестиций: отсутствие прозрачной структуры и стратегии социальных инвестиций; ориентация, в основном, на краткосрочные программы; отсутствие запроса на формирование корпоративной стратегии социальных инвестиций со стороны государства и общества; внутренние программы преобладают над внешними, то есть бизнес занимается, в первую очередь, развитием собственного персонала. Во многом данная проблема обусловлена пассивной позицией государства, которое не приводит четких границ разделения корпоративной и государственной ответственности перед обществом.

Совокупность данных проблем приводит к несоответствию затрат на социальную политику корпораций реальным социальным инвестициям, а также непоследовательным действиям в области инвестиций, что снижает эффективность программ. Таким образом, в условиях кризиса социальные программы компании могут быть восприняты руководством компании в качестве ненужного элемента и подвергнутся сокращению. С другой стороны, кризис может способствовать повышению эффективности социальных программ, появления социальных инвестиций с реальной отдачей, решению многих накопившихся проблем и привести к систематизации социальной политики российских компаний, переходу ее на новый этап развития, приближенный к стандартам ведущих зарубежных компаний.

Между тем, осуществление социальных инвестиций позволит российскому бизнесу повысить уровень своей добропорядочности и продемонстрировать понимание ими своей ответственности за благополучие страны в перспективе.

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, с целью 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. Главный критерий 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, страны.[6]

Для осуществления эффективного социального инвестирования, как показывает практика, необходимо наличие ряда условий: достаточный воспроизводственный потенциал предприятия, существование экономических субъектов со сложившейся системой предпочтений и способных обеспечить инвестиционный процесс в необходимых масштабах, механизм трансформации инвестиционных ресурсов в объекты инвестиционной деятельности.

В связи с этим, основными направлениями совершенствования механизма реализации инвестиций в социальную сферу являются: совершенствование правовых методов на основе принятия социального законодательного акта по регулированию социально ориентированной инвестиционной деятельности; оптимизация организационно-экономических методов на основе

разработки программ социальных мероприятий и методик оценки социальной эффективности предлагаемых инвестиционных проектов и включения их в эти проекты в виде специального раздела.

Исследования, проведенные нами, показали, что социальные инвестиции, как в России, так и на Западе, 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. Это могут быть инвестиции в объекты муниципальной инфраструктуры, медицины, образования, культуры. Срок их окупаемости значительно дольше, а чистая приведенная стоимость ниже, но отдача от них выражается не только в денежном эквиваленте. 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 ответственной. А в дальнейшем эти предпочтения трансформируются в действия – покупку акций, приобретение товаров и услуг.

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.

#### **Литература:**

- 1.Беляева И.Ю., Эскиндаров М.А. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография. М.: КНОРУС, 2008.
- 2.Беликов И.В. Совет директоров как мировой стандарт корпоративного управления компанией. М.: Эксмо, 2008. С. 624.
- 3.Благова Ю.Е., Литовченко С.Е., Иванова Е.А. Доклад о социальных инвестициях в России. М.: Ассоциация менеджеров, 2008.
- 4.Гончаров С.Ф., Кричевский Н.А. Корпоративная социальная ответственность. М.: «Дашков и К», 2008. С. 216.
- 5.Тепман Л.Н. Корпоративное управление. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2009. С. 239.
- 6.Чирикова А.Е. Взаимодействие власти и бизнеса в реализации социальной политики: региональная проекция. М.: Независимый институт социальной политики, 2007.