

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУЩНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

О.А. ЛОМОВЦЕВА¹
С.Ю. СОБОЛЕВА²

*¹Белгородский
государственный университет*

e-mail: lomovceva@bsu.edu.ru

*²Волгоградский
государственный университет*

e-mail: econmanag@volsu.ru

Понятие «социальные инвестиции» характеризуется многовариантностью определений сущности, специфическим инструментарием реализации. Это актуализирует поиск эффективных форм организации процессов социального инвестирования и применение адекватных измерителей их результатов. Существует традиционная субъектно-объектная характеристика сущности социальных инвестиций, а также предлагаемая авторами трактовка с точки зрения изменения величины социального капитала общества на различных уровнях.

Ключевые слова: социальные инвестиции, социальный капитал, признаки социальных инвестиций, субъекты, объекты, акторы, реципиенты, эффективность социальных инвестиций, измерение эффективности.

Современная Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года¹ сформулировала в качестве основной цели стратегического развития переход к инновационному социально-ориентированному типу развития нашего общества. Достижение этой цели невозможно без осуществления инвестиций в человеческий капитал и последующей их конвертации в обеспечение достойного уровня жизни всех слоев населения. Однако весь спектр социальных задач невозможно решить только усилиями государства, необходимо подключать всех субъектов экономической деятельности к осуществлению эффективных социальных инвестиций.

Понятие «социальные инвестиции», прочно вошедшее в научный и публицистический оборот в последние годы, характеризуется многоаспектностью и специфическим инструментарием реализации. В то же время актуальным остается поиск эффективных форм организации этих процессов и применение адекватных измерителей их результатов, что требует разработанного научного аппарата и концепции социального инвестирования.

К исследованию социальных инвестиций в теоретическом и прикладном аспектах постепенно начинает проявляться интерес, однако проблемой является «несформированность единого понятия социальных инвестиций»². Отсутствие единого подхода к пониманию сущности социального инвестирования приводит к возникновению множества разнообразных дефиниций.

В экономической литературе можно встретить преимущественно такие определения социальных инвестиций, которые основаны на субъектно-объектной их характеристике. Так, например, социальные инвестиции – это «форма финансовой или иной ресурсной помощи, направляемой компанией на реализацию долгосрочных и, как правило, совместных партнерских программ, направленных на снижение социального напряжения в регионах присутствия компании, а также на повышение уровня жизни и человеческого потенциала разных слоев общества»³; или «материальные, технологические, управленческие или иные ресурсы, а также финансовые средства..., направляемые по решению руководства на реализацию социальных программ...»⁴; или «все затраты компании на социальные про-

¹ Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года.

² Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общей ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004 г. – с.28.

³ Ассоциация менеджеров сотрудничает с ООН в области измерения социальных инвестиций российского бизнеса // Вестник ассоциации менеджеров. 2004. №2. с.13.

⁴ Якимец В.Н. Социальные инвестиции российского бизнеса: механизмы, примеры, проблемы, перспективы: Т.18. – М.: КомКнига, 2005, с.98.



граммы, в том числе на профессиональную подготовку и переподготовку персонала, охрану труда и здоровья, улучшение экологии, развитие местных сообществ и др.»⁵; или «вложения в объекты социальной сферы с целью получения дохода и повышения уровня и качества жизни людей посредством удовлетворения их материальных, духовных или социальных потребностей»⁶ и др.⁷. В основном авторы рассматривают социальные инвестиции на корпоративном уровне, игнорируя других субъектов. Однако самым крупным инвестором является государство, осуществляющее социальные программы и проекты, затрагивающие интересы различных групп населения, в масштабах всей страны. В список субъектов социального инвестирования следует также включить местные администрации, бюджетные и внебюджетные фонды, общественные, благотворительные организации и частных лиц.

Кроме того, традиционно принято относить к социальным инвестициям вложения, осуществляемые компаниями в соответствии с формализованными социальными программами и разработанной социальной политикой. Однако зачастую формы помощи местному населению приобретают стихийный характер эмоционального отклика на просьбы о помощи и осуществляются в виде благотворительных вкладов. «Вложения в объекты социальной сферы»⁸ могут быть также и спонсорскими акциями, которые, несмотря на явную рекламную цель, приносят социальные и материальные выгоды благополучателям.

В приведенных выше определениях практически не находит своего отражения одна из важных особенностей собственно категории «инвестиции» – способность приносить прибыль и обеспечивать возврат вложений. А ведь именно это свойство послужило основой для трансформации в общественном сознании «затрат на социальные нужды» (как они именовались в 90 годы XX века) в «социальные инвестиции». Доказательство эффективности социальных инвестиций до сих пор является дискуссионной темой в экономической литературе. С одной стороны, многие исследователи едины во мнении о целесообразности их реализации⁹, с другой, в силу отсроченности во времени получения эффекта и сложности вычленения в нем влияния именно социальной составляющей, не приводится формализованных экономических доказательств результативности данного процесса. Выходом из этой ситуации можно было бы считать возможность подтвердить эффективность социального инвестирования путем измерения возрастания социального капитала на макро-, микро- и наноуровнях, для чего могут быть использованы как традиционные показатели, например, радиус доверия – недоверия группы (метод Р. Путнема)¹⁰, так и учет обратной связи – оценок результатов инвестирования самих акторов и благополучателей (опросы, анкетирования, интервью, наблюдения, экспертные оценки).

По методу Р. Путнема, для оценки результатов социальных инвестиций компании, направленных на персонал, проводят измерение социального капитала формальных и неформальных групп (их количество «n» изменяется во времени «t»). Каждая группа характеризуется различным уровнем «внутреннего единства и коллективного действия», что учитывает качественный коэффициент «с».

Размер социального капитала зависит от радиуса доверия каждой из групп – «гр». Если радиус доверия распространяется на всю группу, то коэффициент «гр» будет равен 1. Однако некоторые группы, особенно большие, например, компания в целом, характеризуются внутренней иерархией, могут иметь большую n-размерность, но очень маленький «гр» коэффициент. С другой стороны, группа, которая поощряет честность и надёжность в

⁵ Балацкий Е. Социальные инвестиции компаний: закономерности и парадоксы // Экономист. 2005. №1. с.64.

⁶ Лавров В., Кричевский Н. Что такое социальные инвестиции? // www.apn.ru

⁷ Панова М., Матвеев А. Социальные инвестиции российского бизнеса // Экономика и жизнь. №1. 2005. www.akdi.ru

⁸ Лавров В., Кричевский Н. Что такое социальные инвестиции? // www.apn.ru

⁹ Напр. Зендриков К. Социальные инвестиции: механизмы возвратности. www.urbaneeconomics.ru; Туркин С. Бизнес в местном сообществе. Выгоды. Примеры. Советы. www.infoblago.ru

¹⁰ Путнем Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М.,1996 — http://www.msps.ru/libr/pub/putnam_rv.html



деловых отношениях не только между членами группы, но и за ее пределами, будет иметь коэффициент «гр» больше 1.

Рассматривая воздействие некоторых групп на внешнюю среду, метод Путнема учитывает ещё один коэффициент – «гп» (“радиус недоверия”), характеризующий внешнее впечатление о той или иной группе. Например, высоко дисциплинированная и хорошо организованная группа, позиционирующая себя отрицательно по отношению к целям организации, будет иметь высокое значение «с», а также значение «гр», близкое к 1, но её влияние будет негативным.

Таким образом, по Р. Путнему, социальный капитал выражается:

$$SC = \sum_t ((1/rn) ? гр ? с ? n),$$

где SC – социальный капитал;

гп – радиус недоверия;

гр – радиус доверия;

с – коэффициент единства группы;

n – количество исследуемых групп;

t – время.

Прирост или убыль показателя SC во времени даст нам положительные или отрицательные результаты социальных инвестиций, формирующих внутренний социальный капитал фирмы.

Для формулирования сущности социальных инвестиций, выделим значимые, с нашей точки зрения, их признаки. Социальные инвестиции, во-первых, имеют общественную, а не индивидуальную или корпоративную природу. Если экономические инвестиции проявляются в банковских счетах бизнеса, инвестиции в персонал – в умениях и навыках работников, то социальные способствуют формированию структуры внутрифирменных или внешних отношений.

Во-вторых, реализация социальных инвестиций требует взаимодействия двух сторон – инвестора (актора) и благополучателя (реципиента). Именно эта особенность выделяет социальные из всех других видов инвестиций – финансовых, реальных, в которых действует одно лицо – инвестор, осуществляющий вложения ради преумножения и получения прибыли.

В-третьих, социальные инвестиции направлены, прежде всего, вовне, не напрямую, а лишь опосредованно, в долгосрочной перспективе принося прибыль их акторам, что, безусловно, осложняет оценку их эффективности и поэтому является поводом для дискуссии. Однако было бы неправильно считать социальные инвестиции актом безвозмездной помощи. Инвестор вправе рассчитывать на окупаемость своего вложения в долгосрочной перспективе.

В-четвертых, мотивация акторов зачастую носит не рациональный, а эмоционально-этический характер, удовлетворяющий потребности в сострадании, сочувствии нуждающимся. Можно говорить о наличии духовной компоненты в социальных инвестициях, которая, например, отсутствует в финансовых или реальных.

В-пятых, осуществляя социальные вложения, инвестор выстраивает отношения с различными общественными группами. Социальные инвестиции позволяют ему формировать сети общественного внутрифирменного и внешнего взаимодействия. Таким образом, можно сказать, что это инвестиции, влияющие на формирование социального капитала компании, сущность которого Дж. Коулман видел в «его выражении в качестве общественного блага»¹¹. «Актер или акторы, создающие социальный капитал, обычно получают только малую его часть. А это приводит к недостаточному инвестированию в социальный капитал»¹². Такая характеристика социального капитала полностью применима и к понятию «социальные инвестиции», поскольку вы-

¹¹ Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – с.138.

¹² Там же, с.138.



ражает присущую данной категории отделенность актора от результата вложения и акцентирует проблему недостаточной мотивации социальных инвесторов.

В-шестых, результат социальных инвестиций как элемент функционирования социально организованной общественной системы не может находиться в частной собственности, то есть является общественным благом. Недаром исследователи до сих пор не пришли к единой точке зрения по поводу эффективности социальных инвестиций. Некоторые авторы отстаивают точку зрения выгоды и необходимости реализации социальных инвестиций, приводя при этом аргументы влияния такого рода деятельности на формирование позитивного имиджа компании, укрепление ее репутации, повышение лояльности сотрудников, улучшение финансовых показателей и т.д.¹³ Другие исследователи скептически оценивают «полезность» социальных программ для компаний, аргументируя свою точку зрения недостаточностью, а зачатую и полным отсутствием оценки влияния социальных программ на развитие бизнеса¹⁴. На наш взгляд, данное противоречие обусловлено наличием персонифицированного объекта инвестирования (в отличие от материальных объектов финансовых и реальных инвестиций), конкретного индивида, адсорбирующего на себя часть прибыли, потенциально принадлежащей актору. То есть, в первую очередь социальные инвестиции направлены на получение общественного блага, а не непосредственного экономического результата для инвестора.

Таким образом, основными признаками, отличающими социальные инвестиции от других видов, являются:

- общественный характер их реализации;
- биполярность, разделение инвестора и благополучателя;
- отсроченность во времени получения экономического результата для актора;
- некоммерческий характер, отсутствие непосредственной заинтересованности актора в результатах;
- возрастание социального капитала в ходе их осуществления;
- социальный эффект как основной итог инвестирования.

Перечисленными признаками обладают не только социальные программы и проекты, осуществляемые на федеральном, региональном и корпоративном уровнях, но и акты благотворительности предприятий, организаций, индивидов, а также спонсорство, меценатство и гуманитарная помощь. Однако в литературе встречаются иные подходы. Так, С. Туркин¹⁵, а также С. Ивченко, М. Либоракина, Т. Сиваева считают традиционную, стратегическую благотворительность и социальное инвестирование этапами в эволюции поведения российского бизнеса¹⁶. В целом благотворительность понимается как акт безвозмездной помощи реципиентам, а социальное инвестирование «подразумевает проведение целенаправленной долгосрочной политики компании в местных сообществах, направленной на решение общественно значимых задач, предполагающей взаимное вложение ресурсов и приносящей взаимные выгоды всем участникам процесса»¹⁷. Несмотря на различия в мотивации акторов в исходной инициативе, в критериях отбора получателей средств и др., и традиционная и стратегическая благотворительность обладают чертами, позволяющими нам отнести эти виды деятельности компаний к формам социального инвестирования. Возвращаясь к перечисленным признакам социальных инвестиций, можно констатировать, что как спе-

¹³ Туркин С. Бизнес в местном сообществе / www.infoblago.ru; Орлова Е. Не расходы. А выгодные инвестиции / Эксперт Урал, №28, 2006 / www.expert.ru; Зендриков К. Социальные инвестиции: механизмы возвратности / PR-manager, 7 августа 2006 / www.urbanecomomics.ru

¹⁴ Балакирев В. Оценка влияния корпоративных социальных программ в России: ситуация, постановка задачи / www.infoblago.ru

¹⁵ Туркин С. Социальные инвестиции в бизнесе. Пособие для менеджеров. М.: Русский университет, 2003.

¹⁶ С.В. Ивченко, М.И. Либоракина, Т.С. Сиваева / Под ред. М.И. Либоракиной. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003. – 136с.

¹⁷ Там же. – С.16.



циально разработанные социальные программы, так и благотворительность, спонсорство, меценатство, гуманитарная помощь реализуются в общественных отношениях, отличаются наличием двух взаимодействующих сторон – актора и реципиента, не всегда приводят к экономическому результату, но имеют определенный социальный эффект и влияют на формирование социального капитала на макро-, микро- и нано-уровне, и, таким образом, могут считаться формами социальных инвестиций.

На наш взгляд, *социальными инвестициями* являются вложения материальных, финансовых, интеллектуальных и других активов, осуществляемые государством, предприятиями, общественными организациями, индивидуальными инвесторами в социальную сферу экономики, а также в программы развития персонала, поддержания местного сообщества, улучшения экологии и др., в результате которых происходит трансформация вложений в социальный капитал, приобретающий черты общественного блага и выражающийся в упрочении общественных отношений, улучшении общественной жизни и качества совместной деятельности индивидов. *Субъектами* данного процесса на разных уровнях выступают государство, организации и индивидуальные инвесторы. *Объектами* являются население страны или его отдельные группы, местные сообщества, трудовые коллективы, индивиды. Целью социального инвестирования на уровне общества является улучшение качества жизни, на корпоративном – рост стоимости человеческих ресурсов фирмы и реализация концепции социальной ответственности, на индивидуальном уровне – самовозрастание стоимости человеческого и социального капитала.

Одной из нерешенных теоретических задач, касающихся социального инвестирования, является разработка методики определения эффективности социальных инвестиций. Данная проблема прежде всего касается соотношения затрат и результатов. Одна из наиболее распространенных методик определяет количественные и качественные измерители социальных инвестиций¹⁸, характеризующие величину социальных инвестиций на одного работника, отношение социальных инвестиций к балансовой прибыли или к валовым продажам и индексы социальных инвестиций. Однако эти индексы позволяют нам определить лишь средства, затрачиваемые компаниями на социальные нужды. Для определения результативности вложений необходимы другие подходы. Не претендуя на разработку окончательной методики, обозначим лишь возможные направления дальнейших размышлений.

В общей эффективности социального инвестирования целесообразно выделять социальную и экономическую составляющие. Социальный эффект характеризует степень удовлетворенности условиями и качеством труда в организации; социально-экономическая эффективность дает представление об экономической эффективности инвестиционных вложений с учетом достигнутого социального эффекта (например, изменение уровня дохода к объему средств, инвестированных в соц. программу); экономическая эффективность отражает экономическую эффективность проекта на основе соотношения результатов к затратам (например, уровня доходности организации с уровнем затрат).

Социальный эффект определяется как экономическими или статистическими, так и социологическими показателями: изменением соотношения бюджетов домохозяйств от потребления к сбережению, ростом количества детей в семьях, повышением образовательного уровня населения, удовлетворенностью социальным статусом или финансовым положением и др. Основной показатель – повышение качества жизни людей в результате инвестиционной деятельности.

Показатели социальной эффективности дают представление о количественной стороне достигнутых социальных целей, ради которых инвестиционный проект разрабатывался и осуществлялся: возникновение дополнительных социальных услуг, изменение индекса потребительских цен, обеспеченности жильем, уменьшение безработицы, увеличение рождаемости и снижение смертности и пр.

¹⁸ Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / Под общей ред. С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация Менеджеров, 2004 г. – с.28.



Показатели социально-экономической эффективности определяются вслед за социальным эффектом через увеличение физического объема услуги, уменьшение стоимостной оценки услуги, снижение текущих затрат организаций социальной сферы, увеличение числа посещений развлекательных мероприятий, снижение выплат по безработице.

Экономическая эффективность инвестиций основывается на минимизации затрат по их разработке и осуществлению: абсолютные (разность между суммой капиталовложений и денежной оценкой его результатов), относительные (отношение денежной оценки результатов и совокупных затрат), временные (период возврата инвестиций).

Следует также различать внутреннюю (для актора) и внешнюю (для реципиента) направленность результатов.

Однако при расчетах следует иметь в виду, что методически сложно сравнить финансовые затраты актора и социальные результаты реципиента. Также проблематично доказать, что отдаленные положительные экономические результаты имеют отношение к проведенным ранее социальным программам. Доказательство экономического эффекта требует построения определенной логической цепочки взаимообусловленных явлений. Пример такого обоснования с выделением промежуточных стадий приводят Баринов В.А. и Харченко В.Л. «Инвестиции в образовательные программы для служащих влекут за собой повышение качества предоставляемых услуг. Лучшее качество обслуживания обуславливает более высокую степень удовлетворения потребителей. Более высокая степень удовлетворенности потребителей ведет к повышению их лояльности по отношению к данной марке. Повышенная лояльность, в свою очередь, наконец, порождает осуществление повторных покупок, а значит, и приводит к увеличению прибылей компании и росту ее участия в бизнесе клиента»¹⁹. Подобную логическую цепочку можно составить и для других видов социальных инвестиций. Однако наличие нескольких промежуточных стадий осложняют определение того, насколько именно социальные инвестиции повлияли на конечный положительный финансовый результат.

Таким образом, сложность доказательства экономической эффективности обуславливают проблемы мотивации акторов социальных инвестиций, которые скорее склонны оказывать благотворительную помощь, нежели разрабатывать комплексные программы. Поэтому проблема определения экономической эффективности является вектором дальнейшего исследования многоаспектного феномена социального инвестирования.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF DEFINING THE ESSENCE AND EFFICIENCY OF SOCIAL INVESTMENTS

O. A. LOMOVITSEVA¹
S. Yu. SOBOLEVA²

¹Belgorod State University
e-mail: lomovceva@bsu.edu.ru

²Volgograd State University
e-mail: econmanag@volsu.ru

Notion of social investments is characterized by variety of definitions and by specific ways of implementing. Thus finding efficient methods to organize social investment process and applying the corresponding measures of their results become very topical now. The authors present traditional conception of social investments and suggest their own interpretation based on social capital alterations on different levels of the society.

Key words: social investments, social capital, indications of social investments, subjects, objects, actors, recipients, social investment efficiency, efficiency measuring

¹⁹ Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учебник. – М: ИНФРА-М, 2005. – 237 с.