

УДК 338.2+304.44

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ ИНВЕСТИРОВАНИЕМ

© Ирина Станиславовна АГАФОНОВА

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
г. Москва, Российская Федерация, аспирант, кафедра «Государственное
и муниципальное управление», e-mail: ira.agafonova@gmail.com

Дополнена классификация социальных инвестиций, в которой систематизированы такие признаки, как субъект инвестирования, направления инвестиций, условия возникновения, предмет инвестиций, их периодичность и характер. Такая систематизация позволяет структурировать все многообразие социальных инвестиций и облегчить менеджменту компании процесс принятия управленческих решений в социальной сфере. Выявлены направления социальных инвестиций, которые оказывают наибольшее воздействие на деловую репутацию компании. Такие инвестиции направлены на увеличение заработной платы и улучшение социального пакета сотрудников, снижение негативного воздействия на окружающую среду и снижение числа штрафов и исков, связанных с недобросовестной деятельностью компании. Систематизированы качественные и количественные показатели социального инвестирования. Представлен агрегированный показатель эффективности социальных инвестиций, который позволяет определить совокупный положительный эффект от социальных инвестиций и, определив функцию полезности компании с учетом показателей и их весов, рассчитать относительную эффективность социальных инвестиций. Составлена модель оценки социального инвестирования компаний, выявляющая зависимость уровня деловой репутации от направлений и объемов социальных инвестиций. В основе модели лежит множественная линейная регрессия, с помощью которой выявляются значимые для деловой репутации показатели. Сформирована методика использования инструментов социального инвестирования. Данная методика рекомендуется к использованию как руководителям компании, так и другим ответственным сотрудникам с целью эффективного использования выбранных инструментов социального инвестирования. Реализация эффективного управления социальным инвестированием будет способствовать не только позиционированию компании на внешнем и внутреннем рынках, но и социально-экономическому развитию России.

Ключевые слова: социальные инвестиции компаний; управление социальным инвестированием; модель оценки социального инвестирования компаний.

Корпоративный сектор, по определению, является самым активным участником экономических отношений и в то же время полноправным членом социальной сферы, что заставляет бизнес принимать участие в жизни общества, в решении социальных проблем и подходить к выполнению этих обязательств ответственно. Стратегия, включающая социальное инвестирование, позволяет бизнесу повышать деловую репутацию, производительность труда и другие важные показатели, а обществу – помогает решить существующие социально-экономические проблемы [1].

Анализ показал, что состояние и результаты отечественных научных исследований отстают от возрастающего спроса на практические разработки инструментов управления социальным инвестированием со стороны бизнес-структур. Так, большинство российских компаний, отчитывающихся о результатах в области социального инвестирования, демонстрируют отсутствие четкого механизма принятия решений в процессе социально-

го инвестирования, отработанной модели оценки эффективности осуществляемых социальных инвестиций. Собственное понимание социального инвестирования имеют 32 % компаний [2, с. 15-23] Компании при измерении эффективности отдельных социальных мероприятий или программ используют разрозненные индексы влияния социальных инвестиций на показатели деятельности. В общем результате такие социальные инвестиции не всегда эффективно решают проблему заинтересованных сторон компании. Разногласия создают препятствия к измерению эффективности инвестиций и сравнению успехов компаний между собой.

Под социальным инвестированием мы будем понимать процесс осуществления компанией финансовых и нефинансовых вложений в программы и объекты социальной сферы, реализация которых предполагает получение социального и / или экономического эффекта. В этом случае к социальной сфере относятся все организации, процессы,

программы и услуги, которые определяют уровень и качество жизни людей.

Существуют различные классификации социальных инвестиций, часто их соотносят со сферами корпоративной социальной ответственности [3, с. 34-37]. Предлагается авторская развернутая классификация, которая позволяет систематизировать виды социальных инвестиций (табл. 1).

В рамках предложенной классификации социальные инвестиции могут осуществляться на различных уровнях управления: государственном, корпоративном, частном. Проведенное на корпоративном уровне исследование позволило выделить шесть основных направлений, которые объединены

разными блоками: экономическим; социальным; экологическим (рис. 1).

К трем основным блокам социального инвестирования – экономическому, экологическому и социальному – относятся определенные показатели, которые помогают наиболее полно измерять эффективность социальных инвестиций компании (табл. 2) [4, с. 225; 5].

Для выявления совокупного положительного эффекта социальных инвестиций предложен агрегированный показатель эффективности социальных инвестиций. Данный показатель – величина, характеризующая следующей формулой:

$$Y_0 = p_1 x_1^0 + \dots + p_n x_n^0, \quad (1)$$

Таблица 1

Классификация социальных инвестиций компании

№ п/п	Признак	Виды инвестиций
1	Субъект инвестирования	Корпоративные, частные, фондовые
2	Направления инвестиций	Образование, здравоохранение, безопасные условия труда, добросовестная деловая практика, инвестиции в местное сообщество, экология и др.
3	Условия возникновения инвестиций	Вынужденные, добровольные
4	Предмет инвестиций	Финансовые, экспертные, инвестиции производимого блага, товарные (закупка необходимых товаров на стороне)
5	Периодичность инвестиций	Единоразовые, программные, системные
6	Характер инвестиций	Устойчивый, чистый, зеленый, этический и др.



Рис. 1. Основные направления социальных инвестиций в компании

Таблица 2

Основные показатели социальных инвестиций в компании

Направления социальных инвестиций	Показатели	
	Количественные	Качественные
Охрана окружающей среды	Затраты на охрану окружающей среды	Наличие экологической программы
Снижение негативного влияния деятельности компании	Затраты на снижение негативного воздействия своей деятельности. Затраты на НИОКР (в сфере экологических технологий)	Повторное использование и утилизация отходов. Выполнение экологических международных стандартов
Инвестиции в сотрудников компании.	Фонд заработной платы. Затраты на социальный пакет. Коэффициент производственного травматизма. Затраты на обучение	Наличие профсоюза. Вовлеченность сотрудников в принятие решений. Наличие системы ЭСОР (участие работников в акционерной собственности) и других программ
Инвестиции в местное сообщество и работа с органами власти	Инвестиции в местное сообщество. Затраты на совместные проекты с органами власти	Наличие программ для социально-незащищенных групп населения из числа клиентской базы
Честность и прозрачность деятельности	Предложение товаров и услуг по рыночной цене. Справедливое вознаграждение и продвижение по карьерной лестнице для всех сотрудников	Действующая система выбора социально ответственных поставщиков и дистрибьюторов. Наличие открытой нефинансовой отчетности
Качество производимых товаров и услуг	Затраты на НИОКР (в сфере повышения качества). Затраты на повышение эффективности производственных бизнес-процессов	Проведение исследований среди клиентов об удовлетворенности качеством продукции компании

$$Y_1 = p_1 x_1^1 + \dots + p_n x_n^1, \quad (2)$$

где Y_0 и Y_1 – функции полезности, соответственно, базисного и отчетного года; x_1^0 – первый количественный показатель социальных инвестиций базисного года; p_1 – вес первого показателя социальных инвестиций; x_n^0 – n -й показатель социальных инвестиций базисного года; p_n – вес n -го показателя социальных инвестиций; x_1^1 – первый количественный показатель социальных инвестиций отчетного года; x_n^1 – n -й показатель социальных инвестиций отчетного года.

Каждому направлению (с набором показателей) присваивается средний вес исходя из весов показателей группы. Вес показателя зависит от его важности, которую определяет комиссия по социальным инвестициям исходя из миссии и целей компании.

Определив функцию полезности компании с учетом показателей и их весов, рассчитывается относительная эффективность социальных инвестиций.

$$\Theta = \frac{Y_1/Y_0}{Z_1/Z_0} = \frac{\Theta_1}{\Theta_0}, \quad (3)$$

где Θ – относительная эффективность; Θ_1 , Θ_0 – эффективность соответственно отчетного и базисного года; Z_1 и Z_0 – затраты, соответственно, отчетного и базисного года.

Из формулы 3 видно, что при увеличении затрат на социальные инвестиции функция полезности возрастает, и тогда, соответственно, возрастает эффективность.

При реализации управленческого решения после выбора направлений определяем показатели для каждого из выбранных направлений. При этом число показателей может быть различным в том или ином направлении.

Важно отметить, что социальное инвестирование является неотъемлемой составляющей сильной деловой репутации компании, поскольку 57,5 % компаний считают, что социальное инвестирование влияет на укрепление деловой репутации [4]. Соответственно, возникает необходимость формирования подхода к принятию таких управленческих решений, которые максимизируют эффективность деятельности компании.

На основе исследования российских и зарубежных компаний разработана модель оценки социального инвестирования компа-

ний, выявляющая зависимость уровня деловой репутации от направлений и объемов социальных инвестиций [6].

В основе модели лежит множественная линейная регрессия, с помощью которой выявляются значимые для деловой репутации показатели.

Уравнение регрессии выглядит следующим образом:

$$R_n = E_n + \sum_1^m p_k x_k, \quad (4)$$

где R_n – деловая репутация компании; E_n – разность между объясняемой переменной (деловой репутации) и объясняющими переменными (факторы); x_k – размер социальных инвестиций; n – число лет, m – количество факторов модели; k – индекс суммирования; p – вес социальных инвестиций. Значение p определяется исходя из условий 5, 6, где исследуется на минимум функция E_n .

Помимо социального инвестирования, на деловую репутацию влияют также другие факторы, однако исследование показывает, что социальное инвестирование занимает определяющую роль, а значит остальные факторы мы можем определить, исследовав их на минимум.

$$\sqrt{E_1^2 + \dots + E_n^2} \rightarrow \min \quad (5)$$

$$E_i = R_i - \sum_1^n p_k x_k^i \quad (6)$$

Так как минимизируется сумма квадратов отклонений (влияния других, помимо социального инвестирования, факторов на деловую репутацию), функция исследуется на минимум.

$$\sqrt{(R_1 - \sum_1^n p_k x_k^1)^2 + \dots + (R_m - \sum_1^m p_k x_k^m)^2} \rightarrow \min \quad (7)$$

Исследовав на минимум данную функцию, получаем значение веса p , при котором функция достигнет своего минимума. По полученному значению p можно определить влияние социальных инвестиций на деловую репутацию компании.

Построенная регрессия показала, что значимыми являются показатели социального направления: заработная плата; экологи-

ческого направления: снижение негативного влияния деятельности компании на окружающую среду; экономического направления с отрицательным коэффициентом: затраты на штрафы и иски. Это означает, что чем меньше вынужденных выплат делает компания, тем крепче ее деловая репутация, и наоборот, большое число исков и штрафов значительно снижает деловую репутацию.

Для успешного управления социальным инвестированием одним из важных условий является наличие системы прогнозирования и идентификации острых социальных проблем с целью предотвращения конфликтов с заинтересованными сторонами и потери прибыли [7]. Следующим важным условием является знание инструментов социального инвестирования и умение применять их на практике.

В ходе исследования разработана методика использования инструментов социального инвестирования в управлении компанией (рис. 2). Данная методика рекомендуется к использованию как руководителем компании, так и другими ответственными сотрудниками с целью эффективного использования выбранных инструментов социального инвестирования. Первоначально параметры модели социального инвестирования определяются на основании приоритетов компании в рамках социального инвестирования и задач, которые стоят перед компанией по социальному, экологическому и экономическому направлениям. Представленные в методике инструменты являются рекомендуемыми для использования в любой компании, т.к. позволяют с разных сторон оценить влияние социальных инвестиций на деятельность компании [8, с. 145-150].

Шесть этапов реализации методики использования инструментов социального инвестирования позволяют упорядочить процесс принятия управленческих решений и систематизировать требуемые управленческие процедуры. В результате использования методики компания выявляет для модели социального инвестирования такие параметры, которые позволят добиться максимального эффекта от реализуемых социальных инвестиций.



Рис. 2. Методика использования инструментов социального инвестирования

Как можно заметить из представленной методики, социальное инвестирование в широком смысле не может быть успешным или нет. Можно использовать различные параметры, которые меняются в зависимости от страны, размера компании, отрасли и других условий.

В России применение модели оценки эффективности социального инвестирования и методики использования инструментов социального инвестирования особенно актуально, т. к. компаниям необходимо увидеть конкретные выгоды, которые они могут получить. Расчет влияния определенных параметров социального инвестирования на деловую репутацию дает наглядный пример того, как можно укреплять свою деловую

репутацию и успешно вести бизнес в долгосрочной перспективе.

Ключевым фактором растущего числа практик социального инвестирования в компаниях является наличие запроса общества. На данный момент в российском обществе такой запрос только формируется. Например, Ассоциация менеджеров России, РСПП и компании, внедряющие практики социального инвестирования, такой запрос создают.

Эффективное социальное инвестирование является показателем для всех стейкхолдеров, что организация:

- обладает четким подходом к управлению и уверенностью в своем поведении и поступках;

- демонстрирует свою добровольную подотчетность местному сообществу, в котором ведет свою деятельность;
- увеличивает свою производительность;
- принимает решения совместно со стейкхолдерами, учитывая их потребности;
- увеличивает свое конкурентное преимущество на рынке;
- имеет хорошо налаженные внутренние процессы. Это позволяет контролировать показатели деятельности организации, улучшать систему управления;
- улучшает финансовые показатели благодаря повышению эффективности управления и фокусу на потребности стейкхолдеров;
- ведет бизнес честно и прозрачно;
- пользуется системой риск-менеджмента внутри и в отношениях со стейкхолдерами;
- проводит независимый аудит. Желателен также выпуск корпоративного социального отчета, который распространяется среди всех заинтересованных сторон.

Системные социальные инвестиции должны приносить как социальный, так и экономический эффект. Поэтому грамотное управление социальным инвестированием поможет компании поддерживать репутацию среди всех заинтересованных сторон и улучшать свои основные показатели.

1. *Беляева И.Ю., Данилова О.В.* Социальное инвестирование в современной России // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 11 (85). С. 25-31.
2. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю.Е. Благов (и др.). СПб., 2014.
3. *Батаева Б.С.* Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие России: монография. М., 2010.
4. *Тульчинский Л.Г.* Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство: технологии и оценка эффективности. СПб., 2012.

5. Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI. Global Reporting Initiative. URL: <http://www.globalreporting.org> (дата обращения: 20.03.2015).
6. Официальный сайт Международного института деловой репутации. URL: <http://www.reputationinstitute.com> (дата обращения: 20.03.2015).
7. *Завьялова Л.С.* Применение методов экономико-математического моделирования для принятия управленческих решений // Школа университетской науки: парадигма развития. 2012. № 1-5. С. 45-49.
8. *Ismail S.* Exponential Organizations: Why new Organizations are ten times better, faster and cheaper than yours. N. Y., 2014.

1. *Belyaeva I.Yu., Danilova O.V.* Sotsial'noe investirovanie v sovremennoy Rossii // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. 2011. № 11 (85). S. 25-31.
2. Doklad o sotsial'nykh investitsiyakh v Rossii – 2014: k sozdaniyu tsennosti dlya biznesa i obshchestva / Yu.E. Blagov (i dr.). SPb., 2014.
3. *Bataeva B.S.* Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' i ustoychivoe razvitie Rossii: monografiya. M., 2010.
4. *Tul'chinskiy L.G.* Korporativnye sotsial'nye investitsii i sotsial'noe partnerstvo: tekhnologii i otsenka effektivnosti. SPb., 2012.
5. Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustoychivogo razvitiya GRI. Global Reporting Initiative. URL: <http://www.globalreporting.org> (data obrashcheniya: 20.03.2015).
6. Ofitsial'nyy sayt Mezhdunarodnogo instituta delovoy reputatsii. URL: <http://www.reputationinstitute.com> (data obrashcheniya: 20.03.2015).
7. *Zav'yalova L.S.* Primenenie metodov ekonomiko-matematicheskogo modelirovaniya dlya prinyatiya upravlencheskikh resheniy // Shkola universitetskoy nauki: paradigma razvitiya. 2012. № 1-5. S. 45-49.
8. *Ismail S.* Exponential Organizations: Why new Organizations are ten times better, faster and cheaper than yours. N. Y., 2014.

Поступила в редакцию 25.03.2015 г.

UDC 338.2+304.44

SOCIAL INVESTMENT MANAGEMENT

Irina Stanislavovna AGAFONOVA, Financial University under the Government of Russian Federation, Moscow, Russian Federation, Post-graduate Student, State and Municipal Government Department, e-mail: ira.agafonova@gmail.com

Classification of social investment has been expanded, in this classification are combined such factors as subject of investment, area of investment, conditions for the occurrence, their timing and nature. This systematization allows to structure all different kinds of social investment and lighten decision-making process for companies' management in social sphere. Social investments that have the greatest impact on the reputation of the company have been identified. These investments consist of increasing wages and better benefits package, reducing the negative impact on the environment and reducing the number of fines and law suits related to the unfair practices of the company. The quality and amount indicators of social investments have been summarized. Aggregate efficiency of social investment, which measures the overall positive effect of social investment, and defining the function of the utility companies, taking into account the indicators and their weights to calculate the relative efficiency of social investment is presented. The model of evaluation of companies' social investment has been formed, this model identifies the dependence of the level of goodwill on the direction and scope of social investment. The model is based on multiple linear regression, through which reveals significant figures for goodwill. Has been formed the methodology of social investments instruments. This technique is recommended to company leaders and other responsible staff for the effective use of selected instruments of social investments. Implementation of effective management of social investment will contribute not only to the positioning of the company in external and internal markets, but also to socio-economic development of Russia.

Key words: companies' social investment; social investment management; the model of evaluating companies' social investment.