

8.5. ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Евдокимова Ю.В., к.филос.н., доцент

Российский государственный социальный университет

В статье рассмотрены основные концептуальные подходы к сущности социального капитала, даны определения социального капитала. Автором проанализирована взаимосвязь финансового механизма хозяйствования с социальной деятельностью. Сделан анализ некоторых индикаторов социальной активности российского бизнеса: рейтинга социальной ответственности российских компаний и интегрального рейтинга корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний. Рассмотрены показатели социальной ответственности бизнеса, индексы устойчивого развития, рассчитываемые в Европе и на мировом уровне. Выявлена связь социальной и финансовой деятельности компаний.

Рассмотрение сущности финансового механизма возможно на разных уровнях. На онтологическом уровне – это финансовый способ организации хозяйственной деятельности, представляющий систему финансовых форм, методов, принципов, инструментов организации хозяйственной деятельности. На сущностном уровне – форма реализации частной собственности на средства производства. На методологическом уровне финансовый механизм можно рассматривать как единство общественных и частных интересов [1].

В условиях перехода к информационному обществу финансовый механизм хозяйствования все более превращается в форму реализации социального капитала [5]. Это соответствует изменению соотношения между финансовым, интеллектуальным и социальным капиталами в пользу интеллектуального и социального капиталов. Трансформационные процессы в сущности финансового механизма пока остаются мало исследованными, что и определило выбор темы статьи.

Эффективность финансового механизма хозяйствования неразрывно связана с социальной деятельностью индивидуума, группы индивидуумов, общества в целом, и его моделирование продиктовано наличием потребностей и возможностей их реализации.

Экономическое содержание социальных действий индивидуумов представлено наличием независимых целей, собственных интересов, главным из которых является максимизация полезности, и самостоятельности в достижении поставленных целей.

Социальная деятельность индивидуумов является основой формирования социального капитала. В современных условиях существуют четыре основных концептуальных подхода к сущности социального капитала.

1. Философская антропология, определяемая как учение о сущности человека. Американский философ, политолог и экономист Ёсихиро Франсис Фукуяма трактует экономику

в целом как одну из наиболее фундаментальных и динамичных форм общения людей [22]. Осуществление экономической деятельности, по его мнению, происходит ради признания, а не в качестве средства удовлетворения естественных материальных потребностей. В основе лежат инстинкты к объединению индивидуумов в коллективы с целью признания собственной значимости. Таким образом, рассматривается биологическая основа формирования социального капитала и экономической деятельности в целом.

- Социологическое направление современного формата рассматривает социальный капитал с точки зрения определенного багажа индивида, который дает ему ряд преимуществ в достижении поставленных целей, получении информации, защите имущества и пр. [6], рассматривает социальный капитал как результат взаимодействия индивидуумов и их социальных связей, основанных на личной заинтересованности.
- Экономисты трактуют социальный капитал в ракурсе доверия, ответственности индивидуумов в связи с восприятием социального капитала в качестве фактора благосостояния и роста. Оценка экономической отдачи на социальный капитал основана на показателях «безвозмездного донорства, благотворительности и волонтерства, членства в общественных организациях, участия в выборах, соблюдения установленных правил общежития и пр.» [21].
- Политологи рассматривают социальное единство как важнейший фактор экономического роста и устойчивого развития, при этом признается значимая роль институтов, способствующих формированию политических и социальных норм поведения общества.

Финансовый механизм хозяйствования является формой реализации социального капитала. Определения социального капитала различны:

- преимущества и возможности, которые могут использовать люди как члены определенных сообществ;
- ресурс индивида, извлекаемый им из социальных связей;
- накопленные активные взаимосвязи между людьми – доверие, взаимопонимание, разделенные ценности и стили поведения, – создающие возможности для сотрудничества;
- совокупность норм, ценностей, умений достичь договоренности и способности к самоорганизации и сотрудничеству [4].

Таким образом, социальный капитал можно рассматривать как ресурс, которым обладает индивид. Социальный капитал позволяет достичь результатов, получение которых невозможно при его отсутствии. Формы социального капитала глубоко индивидуальны – для некоторых индивидуумов они могут обладать отсутствием полезности или быть вредны. Следовательно, эффективность финансового механизма хозяйствования напрямую связана с наличием социальных действий, предполагающих четкое целеполагание, основанное на максимальной полезности; форм и инструментария, органично сочетаемых с поставленными индивидуумами целями. Если учесть тот факт, что в условиях рыночной экономики главной целью хозяйствующих субъектов является получение максимальной прибыли, то эта цель совпадает с аналогичной целью функционирования финансового механизма хозяйствования.

В рамках функционирования финансового механизма хозяйствования воздействие социального капитала может осуществляться через активные социальные действия, осуществляемые бизнесом.

Одним из важнейших показателей компаний, в том числе и российских, становится показатель социальной активности, т.е. способности улучшать благосостояние общества в целом, органично интегрируя в свою деятельность социальные и экологические позиции.

Одним из индикаторов социальной активности российского бизнеса можно считать рейтинг социальной ответственности российских компаний, публикуемый ежемесячно Агентством политических и экономических коммуникаций. Рейтинг проводится Агентством с 2009 г. Участие в ежемесячном рейтинге принимают наиболее крупные российские компании. Для определения рейтинга социальной ответственности российских компаний используется оценочная шкала от единицы до десяти. По результатам опроса экспертов определяется средний балл. Изучение рейтинга социальной ответственности российских компаний за семь месяцев, с января по июль 2015 г., показало, что стабильности лидерских позиций (колебания в рамках первой десятки) в рамках данного рейтинга удалось достичь только двум компаниям (табл. 1).

Таблица 1

РЕЙТИНГ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ЗА ЯНВАРЬ-ИЮЛЬ 2015 г. [14-20]

Месяцы	Газпром	Транснефть
Январь	2	3
Февраль	6	7
Март	2	6
Апрель	2	5
Май	3	8
Июнь	1	6
Июль	2	7

Рейтинг крупнейших компаний России «Эксперт 400», составленный медиахолдингом «Эксперт», показал, что по итогам 2013-2014 гг. данные компании также занимают лидирующие позиции по объему реализации товаров (услуг) в рублях среди крупнейших российских компаний (см. табл. 2). Объем реализации продукции является важнейшим финансовым показателем, определяющим размеры получаемой прибыли.

Таблица 2

РЕЙТИНГ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ РФ В 2013-2014 гг. ПО ОБЪЕМУ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ [13]

Компания	2013	2014
«Газпром»	1	1
Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ»	2	2
Нефтяная компания «Роснефть»	3	3
РЖД	4	4
«Сбербанк России»	5	5
АФК «Система»	7	6
«Сургутнефтегаз»	8	7
«Российские сети»	10	8
Группа ВТБ	11	9
АК «Транснефть»	9	10

Интегральный рейтинг корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний за 2010-2013 гг. подготовлен компанией «ЭкоПромСи-

стемы» совместно с «Национальной службой мониторинга» на основе участия в нем компаний, занявших с 1-е по 21-е место в рейтинге крупнейших компаний Российской Федерации по объему реализации продукции агентства «Эксперт» по итогам 2013 г. Рейтинг рассчитан на основе восьми критериев двух категорий: деятельности компании в сфере корпоративной социальной ответственности и медиа-сопровождения этой деятельности.

Интегральный показатель составлен на основе суммы итоговой оценки первой категории с коэффициентом 0,7 и итоговой оценки второй категории с коэффициентом 0,3. В первой категории оценивались следующие критерии:

- уровень взаимодействия с заинтересованными сторонами;
- уровень информирования заинтересованных сторон;
- характер социальной активности;
- характеристика системы управления социальной ответственностью.

Во второй категории подлежали оценке критерии количества сообщений, разнообразия информационных поводов, задействованных СМИ, представленности компании в сообщениях (медиа-эффективность) (табл. 3).

Таблица 3

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ (1-10) КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ ЗА 2010-2013 гг. [12]

Наименование компании	Оценка деятельности	Оценка медиа-активности	Итоговая оценка
«Роснефть»	12	10	11,4
Группа ВТБ	11	12	11,3
«ЛУКОЙЛ»	11	10	10,7
Норильский никель	11	10	10,7
«Сбербанк»	10	11	10,3
«Газпром»	10	10	10
РЖД	10	10	10
«Северсталь»	10	10	10
«Татнефть»	11	5	9,2
АФК «Система»	9	8	8,7

На Западе для оценки уровня развития социального капитала, социальной ответственности бизнеса используются индексы устойчивого развития: ASPI-index [8], ESIE и ESIG [7], DowJonesSustainability-GroupIndex [9], DominiSocialIndex [10], FTSE4Good-Europe [11]. Все эти индексы рассчитываются на основе финансовых показателей с использованием различных финансовых инструментов. Индексы ASIE (европейский) и ASIG (глобальный) рассчитываются на базе 200 акций крупнейших европейских компаний, которые достигли лучших результатов в области корпоративной социальной ответственности. Требования, предъявляемые к этим акциям, носят чисто финансовый характер: включение в глобальный индекс, наличие рейтинга **A** или **B**, рыночная капитализация выше 10 млрд. евро [8].

Индексы позволяют инвесторам, покупающим акции компаний, сравнить финансовые показатели социально-ориентированных компаний с традиционными. И сделать выбор в пользу первых.

Индекс DominiSocialIndex базой для расчета имеет также чисто финансовый показатель – капитализацию 400 публично проданных компаний, обобщенных на основе социальных и экологических критериев. Этот индекс позволяет социально-ориентированным инвесторам оценить социальные факторы и факторы окружающей среды при их инвестиционном выборе [10].

Индекс DowJonesSustainabilityGroupIndex оценивает положение крупнейших международных компаний на рынке ценных бумаг с точки зрения их экономической, общественной деятельности и защиты окружающей среды [9].

В целом оценка уровня социальной ответственности бизнеса построена на экономических, экологических и социальных показателях. К экономическим показателям следует отнести как абсолютные (выручка от реализации, чистая прибыль, прибыль от реализации), так и относительные, коэффициентные, показатели (доля социальных инвестиций на одного работника, доля социальных инвестиций в прибыли) и т.д. Экологические показатели предполагают как отсутствие нарушений определенных экологических норм, регламентов, так и реализацию всесторонних программ по восстановлению экологии. И те, и другие показатели напрямую связаны с процессами финансирования, т.е. действуют экономические подходы, соизмерение затрат и результативности данных процессов, поиск необходимых финансовых ресурсов, их распределение, и пр. Социальные показатели (текучесть кадров, достаточность работников, социальные программы) опять же наитеснейшим образом связаны с экономическими: финансирование социальных программ, наличие прямой связи текучести кадров с условиями работы и уровнем заработной платы работников. Таким образом, наличие трех групп показателей, применяемых с целью оценки уровня социальной активности бизнеса, неизменно приводит из каждой из них к конечным или промежуточным финансовым результатам деятельности организаций.

Активная социальная политика компаний приводит к росту финансовых показателей их деятельности. К таким финансовым показателям можно отнести доход с инвестиций, доход с активов, доход с продаж, чистую прибыль. Проведенное в 1997 г. компанией Waddock&Graves исследование показало, что на протяжении десяти лет у компаний, реализующих подходы социальной ответственности, финансовые показатели были выше чем у тех компаний, которые не осуществляли реализацию социальных проектов, в частности, доход на инвестированный капитал – на 9,8%, доход с активов – на 3,55%, доход с продаж – на 2,79%, прибыль – на 63,5% [2].

Таким образом, анализ, проведенный в статье, позволяет сделать вывод о том, что финансовый механизм хозяйствования является формой реализации не только финансового, но и социального капитала. Связь финансового механизма хозяйствования и социального капитала является двойственной. С одной стороны, финансовые формы, показатели и инструменты являются индикаторами для оценки уровня

развития социального капитала и факторами его роста [3]. Как известно, проведение социальной политики как на макро-, так и на микроуровне требует колоссальных и все возрастающих источников финансирования. С другой стороны, развитие социального капитала ведет к резкому повышению эффективности хозяйственной деятельности в целом и финансового механизма в частности к трансформации самого механизма. Эта тенденция усиливается в период перехода от рыночной экономики к инновационной и превращается в конкурентное преимущество социально-ориентированного бизнеса.

Литература

1. Евдокимова Ю.В. Сущность и структура финансового механизма хозяйствования [Текст] Ю.В. Евдокимова // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – 2013. – №1. – С. 46-48.
2. Ивченко С.В. Оценка влияния корпоративных социальных и благотворительных программ на показатели основной деятельности компании: обзор зарубежного опыта [Электронный ресурс] / С.В. Ивченко. URL: http://www.urbaneeconomics.ru/publications/?mat_id=85.
3. Колпакова Г.М. Индикаторы измерения социального капитала в тороидальной модели ценностного механизма хозяйствования информационного общества [Текст] / Г.М. Колпакова // Социальный капитал мегаполиса: проблемы развития и измерения. – М.: Изд-во МГПУ, 2014.
4. Колпакова Г.М. Методологические основы финансового механизма хозяйствования [Текст] / Г.М. Колпакова, Ю.В. Евдокимова // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – №3. – С. 221-225.
5. Колпакова Г.М. Ценностной механизм хозяйствования информационного общества [Текст] : монография / Г.М. Колпакова. – М.: ИИУ МГОУ, 2014. – С. 108-110
6. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий [Текст] / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – №3. – С. 121-139.
7. Методика расчета ASPi-index [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Vigeo : официальный сайт. Режим доступа: <http://www.vigeo.com/>.
8. Методика расчета индексов ESIE и ESIG [Электронный ресурс]. URL: http://forumethibel.org/content/ethibel_sustainability_index_excellence_europe.html.
9. Методика расчета DowJonesSustainabilityGroupIndex [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sustainability-indices.com>.
10. Методика расчета DominiSocialIndex [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kellogg.northwestern.edu/rs/data/dstest.aspx?DB=kld-social-ratings>
11. Методика расчета FTSE4GoodEurope [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ftse.com/products/home>.
12. Рейтинг корпоративной социальной ответственности крупнейших компаний РФ за январь 2010-декабрь 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://monitornews.ru/ratings/rejting-korporativnoy-sotsialnoy-otvetstvennosti-krupneyshih-kompaniy-rf-za-yanvar-2010-dekabr-2013/>.
13. Рейтинг крупнейших компаний России по объему реализации продукции [Электронный ресурс] URL: <http://raexpert.ru/rankingtable/expert400/2014/main/>.
14. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в январе 2014 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.regcomment.ru/articles/rejting-sotsialnoy-otvetstvennosti-rossijskikh-kompaniy-v-yanvare-2015-g/>.
15. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в феврале 2014 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.regcomment.ru/articles/rejting-sotsialnoy-otvetstvennosti-rossijskikh-kompaniy-v-fevrale-2014-g/>.

16. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в марте 2014 года [Электронный ресурс]. URL: <http://russia-rating.ru/info/607.html>.
17. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в апреле 2014 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=1033.
18. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в мае 2014 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=1033.
19. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в июне 2014 года [Электронный ресурс]. URL: http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=1183.
20. Рейтинг социальной ответственности российских компаний в июле 2014 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.regcomment.ru/articles/reyting-sotsialnoy-otvetstvennosti-rossiyskikh-kompaniy-v-iyule-2015-goda/>.
21. Полищук Л. Экономическое значение социального капитала [Текст] / Л. Полищук, Р. Меняшев // Вопросы экономики. – 2011. – №12. – С. 46-65.
22. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию [Текст] : пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М. : АСТ, Ермак, 2004. – 730 с.

Ключевые слова

Финансовый механизм хозяйствования; ценностной механизм хозяйствования; социальный капитал; рейтинг социальной ответственности; интегральный рейтинг корпоративной социальной ответственности; индексы устойчивого развития; финансовые показатели; финансовые инструменты.

Евдокимова Юлия Викторовна

РЕЦЕНЗИЯ

В условиях перехода к информационному обществу финансовый механизм хозяйствования неуклонно превращается в форму реализации социального капитала. Трансформация финансового механизма в современных условиях очевидна, что определяет обособность изучения данных процессов.

Автором рассмотрены основные концептуальные подходы к сущности социального капитала, даны разноплановые определения социального капитала. Проведен анализ рейтинга социальной ответственности российских компаний как одного из показателей воздействия социального капитала на функционирование финансового механизма хозяйствования. Помимо этого, проанализирован интегральный рейтинг корпоративной социальной ответственности крупнейших российских компаний за 2010-2013 гг. Рассмотрены показатели оценки уровня развития социального капитала, социальной ответственности бизнеса, используемые западными аналитиками (индексы устойчивого развития: ASPI-index (аналитическое агентство Vigeo), ESIE иESIG (аналитическое агентство Ethibel), DowJonesSustainabilityGroupIndex (аналитическое агентство DowJonesSustainability), DominiSocialIndex (аналитическое агентство KLD), FTSE4GoodEurope (аналитическое агентство FTSE). Выявлена связь данных индексов с финансовыми показателями деятельности исследуемых компаний.

Данная статья имеет научную значимость и может быть рекомендована к опубликованию.

Швец И.Ю., д.э.н., профессор, заведующий кафедрой Института туризма и гостеприимства (филиал, г. Москва), Российский государственный университет туризма и сервиса.