

УДК 330.322

**ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В СОЦИАЛЬНЫЕ
ПРОЕКТЫ****Фазлыева Р.А.***Студентка 5 курса**Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы,
Россия, г. Уфа*

Аннотация: В последние годы инвестиции в социальную сферу стали рассматриваться ведущими российскими бизнес-организациями как пополнение своего социального капитала. В статье уточняется и операционализируется понятие «социальный капитал бизнес-организации». Под ним понимаются инвестиции в социально-значимые проекты, которые способствуют укреплению социальных связей внутри коллектива и во внешней среде, создавая известность и более благоприятные социально-психологические условия деятельности этой организации. На конкретных кейсах из реальной практики компаний, известных политикой корпоративной социальной ответственности, исследуются особенности инвестиций в социальный капитал бизнес-организаций. В статье делается вывод, что описанные проекты стали не дополнительной нагрузкой на бизнес, а наоборот, явились драйвером его развития. Изучение кейсов социальных проектов ведущих российских компаний показало, что инвестиции в социальный капитал хорошо аналитически обоснованы. Сначала были определены «проблемные зоны», а затем производились точечные финансовые и материально-организационные вливания в соответствии с бизнес-стратегией компании, что в каждом случае приводило к позитивному результату и повышению социального капитала организации.

Ключевые слова: бизнес-организации, инвестиции в людей, менеджмент персонала, социальный капитал, социальная сфера, корпоративная
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ, СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

FEATURES OF INVESTING IN SOCIAL PROJECTS

Fazlyeva R.A.

5th year student

Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla,

Russia, Ufa

Abstract: In recent years, investment in the social sphere has come to be viewed by leading Russian business organizations as a replenishment of their social capital. The article clarifies and operationalizes the concept of "social capital of a business organization". It means investments in socially significant projects that contribute to the strengthening of social ties within the team and in the external environment, creating fame and more favorable socio-psychological conditions for the activities of this organization. Specific cases from real practice of companies known for their corporate social responsibility policy are used to study the specifics of investments in the social capital of business organizations. The article concludes that the described projects did not become an additional burden on the business, but, on the contrary, were the driver of its development. A study of the cases of social projects of leading Russian companies showed that investments in social capital are well substantiated analytically. First, "problem areas" were identified, and then targeted financial and material-organizational injections were made in accordance with the company's business strategy, which in each case led to a positive result and an increase in the social capital of the organization.

Key words: business organizations, investments in people, personnel management, social capital, social sphere, corporate social responsibility, social projects, charitable activities.

Российская Федерация - социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. В Российской Федерации охраняются труд и здоровье людей, устанавливается гарантированный минимальный размер оплаты труда, обеспечивается государственная поддержка семьи, материнства, отцовства и детства, инвалидов и пожилых граждан, развивается система социальных служб, устанавливаются государственные пенсии, пособия и иные гарантии социальной защиты. Все это закреплено в Конституции РФ. В связи с выполнением социальных функций со стороны государства необходимы многочисленные капиталовложения, прежде всего, в социальную сферу, отрасли которой не всегда рентабельны с точки зрения максимизации прибыли.

Социальные инвестиции направлены на усиление социальной ориентации экономической системы: достижение экологической безопасности, стимулирование экономического роста, целесообразное распределение благ, обеспечение гарантированного уровня образования и медицинской помощи, питания, выдача трансфертов нуждающимся в получении минимального гарантированного дохода. Социальные инвестиции рассматриваются как вложения в объекты социальной сферы с целью получения дохода и повышения уровня и качества жизни людей посредством удовлетворения их материальных, духовных или социальных потребностей.

Многозначность содержания термина «социальные инвестиции» достаточно обширна. Данный термин неразрывно связан с понятием «социальная сфера», которое можно определить, как совокупность отраслей, предприятий, организаций, непосредственно связанных с образом, уровнем и качеством жизни людей, определяющих их благосостояние и влияющих на потребления.

Современные компании уделяют особое внимание разработке и реализации социальных программ. Одним из инструментов их реализации Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

является социальное инвестирование, т.е. практическая форма реализации корпоративной социальной ответственности. В свою очередь, социальные инвестиции представляют собой материальные, технологические, управленческие, финансовые и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компанией определенного эффекта [2].

Таким образом, социальные инвестиции – это новая ступень во взаимоотношениях между обществом, бизнесом и властными структурами. Участие в социальных проектах и их организация является неотъемлемой частью деятельности компаний, которые стремятся к социально ответственному бизнесу.

Многие авторы рассматривали термин «социальные инвестиции» в научных работах. И.М. Болотников и Г.Л. Тульчинский в своем пособии «Менеджмент в сфере культуры» определяют социальный проект как: последовательность мероприятий и акций, целью которых является: предупреждение, минимизация или разрешение проблем, обусловленных дефицитами социально-культурной интеграции, адаптации, реабилитации, социализации, инкультурации и самореализации личности [3].

Рассматривая социальные проекты, следует отметить, что в отличие от коммерческих проектов последствия их реализации не всегда могут быть оценены с помощью экономического эффекта. Кроме того, часто на первое место выходит оценка не эффективности проекта, а его результативности, т. е. достижения социальных нормативов. Это отличие, по мнению автора, должно быть закреплено методическим принципом учета результативности, а поскольку результаты различаются в зависимости от специфики социального проекта, предлагается дифференцировать показатели результативности по нескольким укрупненным социальным направлениям: жилищно-коммунальное хозяйство, образование, здравоохранение, культура, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

физическая культура и спорт, транспорт. Для этого по каждому основному направлению разработаны набор показателей, учитывающих наиболее значимые социальные изменения в данных сферах, и система индикаторов, учитывающая положительное или отрицательное изменение данных показателей.

Особенностью оценки реализации инвестиционных проектов в социальной сфере является отсутствие информации по многим параметрам, что связано с разнообразием направлений таких проектов и невозможностью прямого учета качественных параметров. Поэтому в качестве операционного принципа вводится принцип учета значимости фактора, который предполагает использование балльного метода и метода ранжирования для сопоставления инвестиционных проектов по качественным показателям. Как отмечают Т. А. Пономарева и М.С. Супрягина, сложность оценки качественных параметров во многом вызвана трудностями формализации, обобщения и анализа критериев оценки, а также определения методов их измерения. Однако несмотря на то, что качественные параметры оценки сложнее формализуемы, чем количественные, они позволяют определить результативность проекта и сопоставить проекты между собой, опираясь на балльную оценку или оценку экспертов.

По уровню значимости проекты делятся на четыре уровня. Наибольшей приоритетностью обладают инвестиционные проекты первого уровня значимости, наименьшей – четвертого. Коэффициенты уровня значимости и результативности инвестиционного проекта определяются в результате экспертной оценки на основе системы индикаторов. Бюджетная эффективность характеризует влияние результатов осуществления инвестиционного проекта на доходы и расходы соответствующего бюджета. Показателем бюджетной эффективности является бюджетный эффект. Расчет бюджетного эффекта осуществляется путем сравнения бюджетных доходов и расходов от реализации проекта.[4]

В России внимание компаний к инвестициям в социальные проекты возрастает с каждым годом, поскольку бизнес осознает свою ответственность перед обществом и стремится выделять все больше средств из собственных бюджетов на поддержку социальной инфраструктуры, образовательные и экологические программы, проектов по поддержке здравоохранения, спорта, науки и культуры.

В настоящее время в российской деловой практике сложилось несколько направлений деятельности, связанных с инвестициями, приводящими к повышению социального капитала бизнес-организаций. Прежде всего, это социально-ответственный кадровый менеджмент, связанный с формированием корпоративной культуры и вложением в сотрудников бизнес-организаций, проекты в области социальной защиты и взаимодействия с местным сообществом, благотворительная деятельность. Существует огромное количество примеров социальных проектов, в которые инвестируют компании в Российской Федерации

Одним из лидеров в области социальных инвестиций уже в течение нескольких лет является ПАО «НК «Роснефть». Компания осуществляет социальную деятельность сразу по нескольким ключевым направлениям: развитие социальной инфраструктуры, поддержка здравоохранения и образования, поддержка профессионального и любительского спорта, экологические программы, спонсорские проекты в области культуры, проекты по возрождению культурного наследия [5].

В годовых отчетах компании «Роснефть» содержится подробная информация о социальных инвестициях. Компания тратит миллиарды рублей на социальные программы, причем динамика инвестиций носит положительный характер. Роснефть увеличила траты в 2020 году на 13,7%. Стоит отметить, что произошло значительное увеличение количества инвестиций в целом по рассматриваемому периоду на 24,89%.

Стоит отметить, что ПАО «НК «Роснефть» значительное внимание уделяет охране окружающей среды, поскольку осознает масштабы своей деятельности и вреда, который она оказывает: загрязнение атмосферы, водных объектов, почвы и тд.

Таким образом, приоритетными направлениями для компании являются спорт и развитие инфраструктуры, поскольку сюда вкладывается больше половины средств, выделяемых на социальные программы. Данная тенденция объясняется рядом причин: во-первых, «Роснефть» играет важнейшую роль в развитии регионов своего присутствия.

В настоящее время налоговые вычеты, связанные с корпоративной благотворительностью, отсутствуют, тем самым делая область социального инвестирования весьма непривлекательной для компаний, особенно среднего и малого бизнеса, поскольку они не получают никакой поддержки от государства.

Социальные проекты, которые осуществили перечисленные в статье компании, стали не дополнительной нагрузкой на бизнес, а наоборот, явились драйвером его развития. Изучение кейсов социальных проектов ведущих российских компаний показало, что инвестиции в социальный капитал делались на основе глубокого аналитического обоснования. Сначала были определены «проблемные зоны», а затем производились точечные финансовые и материально-организационные вливания в соответствии с бизнес-стратегией компании, что в каждом случае приводило к позитивному результату и повышению социального капитала бизнес-организации. Они гармонизировали отношения внутри трудовых коллективов и во внешней среде, способствуя решению возникающих проблем, росту популярности компаний и укреплению связей с местными сообществами.

Для государства целями социальных инвестиций является повышение национального дохода и качества жизни одновременно, для некоммерческих организаций - повышение уровня и качества жизни посредством

удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей, для коммерческих организаций - прибыль. Однако помимо экономической выгоды, для организаций, активно осуществляющих социальные инвестиции и ведущих себя социально ответственно, выгода и отдача возможна в виде создания благоприятного имиджа и повышения репутации, что также является долгосрочным вложением в нематериальные активы, поскольку складываются доверительные отношения с местным сообществом и рано или поздно эти предпочтения трансформируются в действия - покупку товаров и услуг. Социальные инвестиции благотворно влияют на деловую практику организации, снижают ее риски, способствуют росту продаж, повышению производительности, создают стабильную деловую среду, увеличивают рыночную стоимость компании. В этом и проявляется социальный эффект инвестиций для социально-ответственных организаций.

Таким образом, государству необходимо принять меры для контролирования социальной отчетности компаний, а также ввести налоговые вычеты, поскольку при этом, количество компаний, выделяющих средства на реализацию социальных программ, значительно увеличится, что будет способствовать ускоренному решению острых социальных проблем и улучшению социальной обстановки в РФ целом.

Библиографический список:

1. Бурдые, П. Формы капитала // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. М., 2004. 680 с.
2. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. 2003. № 2. С. 5–16.
3. Лимонова М.А., Юдина Е.Н. Человеческий капитал организации в контексте общества риска // Управление мегаполисом. 2012. № 2. С. 57–63.
4. Лоскутова И.М. Образовательное пространство в обществе риска (на примере средней общей школы современной России): дисс ... д-ра. социол. наук. М., 2014. 371 с.

5. Юдина Е.Н. Реальность массмедиа в контексте социального пространства // Социология власти. 2007. № 1. С. 113–120 ;

6. Юдина Е.Н., Захарова С.А. Социальные сети в свете научных парадигм // Труд и социальные отношения. 2015. № 3. С. 22–34.

7. Юдина Е.Н., Корнийчук М.С. Социальные сети Интернета как инструмент формирования среды доверия в организации // Труд и социальные отношения. 2016. № 3. С. 115–129.

7. Социальный капитал: аналитические подходы и возможности измерения на уровне организации // Петербургская социология сегодня / Олимпиаева И.Б. [и др.]. 2014. Т.1. № 1-1 (5). С. 10–41

Оригинальность 78%