

Экономический рост финансово-промышленных групп: проблема социальной эффективности.

Антипина Е.С.
antipina_kate@yahoo.com

Санкт-Петербургский государственный университет
экономики и финансов

Значение корпоративной социальной ответственности как нового фактора экономического роста возрастает. В статье рассматриваются теоретические аспекты взаимосвязи между социальной активностью финансово-промышленной группы и результатами ее экономического роста. Проводится анализ плановых и рыночных механизмов, побуждающих группы к социально-ответственному поведению. Далее выявляются проблемы и перспективы развития корпоративной социальной ответственности в российских финансово-промышленных группах.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, финансово-промышленная группа, социальная эффективность.

The economic growth of bank-centered groups: social performance issue.

Antipina E.S. antipina_kate@yahoo.com

Saint-Petersburg state university of economics and finance

The power of corporate social responsibility as a driver for economic growth is increasing. Article considers theoretical issues of correlation between bank-centered groups' social and economic performance. Plan and market mechanisms of creating incentives for bank-centered groups to join CSR are analyzed. Further the article explores issues and prospects of CSR development in bank-centered groups in Russia.

Key words: corporate social responsibility, bank-centered group, social performance.

В рамках дискуссии о новой модели экономического роста все больше экспертов обращаются к корпоративной социальной ответственности как одному из наиболее перспективных источников экономического развития.

Экономический форум в Давосе продемонстрировал, что идея о необходимости расширения сферы частного перераспределения общественных благ становится все более распространенной на государственном уровне.

Основы научного исследования социальной ответственности бизнеса были заложены автором общей теории систем К. Болдингом, который полагал, что сложная экономическая организация представляет собой открытую систему, которая, характеризуется активным и изменчивым взаимодействием с внешней средой. Открытость системы выражается в том, что в процессе экономической деятельности между ней и внешней средой происходит постоянный обмен ресурсами и продуктом. Результаты подобного обмена носят как позитивный, так и негативный характер. По мере роста организации, снижается ее зависимость от внешнего вмешательства и увеличивается влияние, а вместе с ним возможности структурировать экономическую среду в долгосрочном периоде.

В условиях глобализации финансово-промышленные группы становятся центрами межфирменных связей и приобретают институциональный статус. Они взаимодействуют со множеством агентов внешней среды: инвесторами, контрагентами, потребителями, локальными сообществами, государством. Однако, перераспределяя стоимость и капитал между аффилированными фирмами, экономические интересы менеджеров и акционеров центральных звеньев финансово-промышленных групп реализуются в ущерб интересам других стейкхолдеров. Рост масштабов групп усугубляет несовершенство рыночного механизма. Издержки отдельных хозяйствующих субъектов, частные интересы менеджмента и акционеров финансово-промышленных групп расходятся с общественной выгодой.

В современных условиях одним из механизмов разрешения этих противоречий является следование принципам корпоративной социальной ответственности, в связи с которыми у группы появляются определенные обязательства по поводу частного перераспределения общественных благ. Усиление конкуренции на товарных рынках и рынках капитала вынуждает финансово-промышленные группы внедрять принципы корпоративной социальной ответственности, таким образом, воспроизводственное поведение групп ориентируется не только на коммерческие, но и некоммерческие цели. Их достижение связано с формированием партнерских отношений. Это отражает постепенный переход финансово-промышленной группы от одномерной, определяемой исключительно критерием рыночной рациональности шкалы ценностей, к многомерной шкале, которая учитывает экономические, социальные и этические аспекты бизнеса.

Одновременно практика корпоративной социальной ответственности становится одним из наиболее противоречивых аспектов экономического роста финансово-промышленной группы. Следование некоммерческим целям ведет к возникновению дилеммы между социальной и экономической эффективностью аффилированных фирм и группы в целом. Выполнение социальных функций сопровождается отвлечением ресурсов от основной деятельности, выстраиванием дополнительных управленческих механизмов, что отрицательно

воздействует на экономические показатели. Достижение баланса издержек и приобретений, полученных в результате социальной активности, представляется достаточно сложной задачей развития финансово-промышленной группы.

По данным экспертов Мирового экономического форума российские фирмы находятся на низших ступенях рейтинга по критерию этического поведения и занимают в нем 112 место (значение индекса равное 3,3). В то время, как реципиенты их прямых инвестиций входят в топ-30 – Швейцария (6,4), Австралия (6,2), Германия (6), США (5,2) и т.д. [6, с. 382]

В кругах экспертов и деловом сообществе отсутствует единая позиция относительно влияния социально ответственного поведения на конкурентоспособность фирмы и ее экономический рост. Существует несколько теоретических подходов к данной проблеме. Их развитие связано с поиском ответов на вопросы: отличается ли уровень экономической эффективности социально-ответственной фирмы и фирмы, игнорирующей эти принципы, и, если да, то каков характер взаимосвязи между экономической и социальной эффективностью фирмы? Исследователи выделяют два направления подобной связи:

- влияние социальной ответственности на формальный экономический рост, который ассоциируется с повышением рыночной оценки акций, рентабельности активов и акционерного капитала;
- влияние социальной ответственности на рост реального капитала фирмы, который соответствует увеличению производительности ресурсов, эффективности затрат, технологической эффективности.

Первое направление анализа достаточно широко представлено в научной литературе и рассматривается авторами в рамках теории заинтересованных сторон, недостаточных ресурсов, косвенных эффектов и концепции «социальной ответственности, максимизирующей прибыль». Менее изучен вопрос о влиянии практики корпоративной социальной ответственности на рост реального капитала.

Теория заинтересованных сторон (среди ее авторов выделяются М. Кларксон, Т. Дональдсон, Т. Джонс, Э. Уильямс, Э. Фримэн и др.) основывается на положениях контрактной теории фирмы. В качестве фактора, определяющего достижение фирмой высоких показателей финансовой эффективности, теоретики рассматривают гармоничную реализацию экономических интересов всех стейкхолдеров. Менеджеры, проводя открытое и рациональное согласование интересов акционеров, контрагентов, государства и других субъектов экономической среды в рамках следования принципам социальной ответственности, повышают адаптивность фирмы к потребностям внешней среды.

С точки зрения авторов данного подхода, существует положительная взаимозависимость между социальной эффективностью фирмы и ростом ее финансовых показателей, хотя в большинстве работ отмечается слабость подобной связи. Тем не менее, она устойчива. Согласно данным Дж. Марголиза, Г. Эльфенберга и Д. Уолша, выбирая между следованием и

игнорированием принципов социальной ответственности, фирме следует предпочесть следование им, т.к. в современных условиях издержки игнорирования превышают издержки по реализации принципов социальной ответственности. [2, с.22]

Теория недостаточности ресурсов (С. Уоддок, С. Грэйвз, Дж. Макгвайер, Э. Сандгрин и др.) акцентирует внимание на цикличности связи между социальной и финансовой эффективностью. С точки зрения авторов, именно экономический рост, ассоциирующийся с высокими финансовыми показателями, формирует ресурсы, за счет которых социальная активность фирмы может быть профинансирована. Таким образом, экономически неэффективная фирма не может быть социально эффективной. Однако, М. Орлитский, Ф. Шмидт и С. Райнс выявили взаимообусловленность социальной и финансовой эффективности фирмы, при этом временной лаг, по их оценкам, составляет не менее одного года.

Д. Грининг, Д. Турбан, Ч. Фомбурн, М. Шэнли, считают, что социальная активность фирмы ведет к возникновению косвенных эффектов, которые позволяют фирме извлекать определенную выгоду. Данные эффекты могут носить как внутренний, так и внешний характер. Внутренние косвенные эффекты связаны с формированием у персонала фирмы новых навыков. В результате происходит развитие культурных ценностей, технологий и человеческого капитала фирмы, в том числе управленческого, что способствует появлению новых конкурентных преимуществ. Внешние косвенные эффекты возникают, когда фирма не только практикует социальную ответственность, но и раскрывает информацию о ее результатах, что служит сигналом для заинтересованных сторон, на основе которого они оценивают репутацию фирмы в условиях неполноты информации. Репутация фирмы с высоким уровнем социальной ответственности обеспечивает ей более выгодные условия привлечения капитала, а также способствует привлечению лучших сотрудников, или повышению мотивации персонала. Таким образом, социально-ответственное поведение косвенно воздействует на рост конкурентоспособности фирмы на рынках труда и капитала.

Все более широкое распространение получает концепция «социальной ответственности, максимизирующей прибыль», предложенная А. Маквильямсом и Д. Сиджелом, основные положения которой развиваются в работах Д. Бэрона, М. Багноли, С. Уотс и других авторов.

По мнению Д. Бэрона, направленность деятельности фирмы на определенный социальный результат не обязательно связана с возникновением моральной ответственности. Фирма может следовать социальным целям в рамках своей коммерческой стратегии, для реализации собственных экономических интересов. В частности, социально-ответственное поведение может быть связано с получением менеджерами дополнительных привилегий. [4, с. 91] Кроме того, ряд исследований отмечают существование рыночной премии за соблюдение принципов корпоративной социальной ответственности.

Р. Хенкль, А. Круз и Дж. Цехнер показали, что готовность инвесторов платить «премию за социальную ответственность», ведет к тому, что она

становится устойчивой на рынке капитала. Д. Фернандез-Кранц и Ж. Сэнтэло, рассматривая конкуренцию на товарных рынках как фактор социальной активности фирм, выявили, что острая конкуренция ассоциируется с большей социальной эффективностью. Фирмы демонстрируют социальную активность, т.к. потребители, наемные работники и инвесторы вознаграждают ее за это. [3, с. 35] В соответствии с данными Р. Фишмана, Д. Хила и В. Найра, в условиях глобального рынка стратегия социальной ответственности – способ дифференциации продукта, а корпоративная филантропия – реклама, мотив которой – получение прибыли.

Рассматривая проблему взаимосвязей между показателями реального экономического роста фирмы и ее социальной эффективностью, эксперты оценивают влияние издержек социальной активности на производительность фирмы и ее технологическую эффективность. Исследования в данной области показали, что затраты на социальную активность сопровождаются ростом производительности в длительном периоде, но в коротком периоде увеличение данного вида затрат отрицательно сказывается на производственной эффективности, скорости технологических изменений и снижает экономию на масштабе. [5, с. 9] Кроме того, в условиях экономических и финансовых кризисов на внутренних и на внешних рынках социально-ответственное поведение становится дополнительным фактором риска. Исследователи не без оснований утверждают, что эти риски возрастают с вызовами, порождаемыми глобализацией.

Рассмотренные взаимосвязи, которые могут привести к снижению потенциала рыночной конкурентоспособности фирмы до опасных пределов, обуславливают избирательную реализацию принципов социальной ответственности российскими финансово-промышленными группами. Экономический механизм их функционирования только начинает адаптироваться к целям корпоративной социальной ответственности. Данный процесс протекает в условиях давления, которое оказывают на ключевые ТНК внешние стейкхолдеры (инвесторы, контрагенты, потребители, государство, локальные сообщества). Именно внешние стимулы побуждают руководство групп на ответные действия с целью снизить это давление и нейтрализовать его негативный эффект. Акционеры головных холдингов распределяют риски социальной ответственности между подчиненными уровнями иерархии группы, что порождает дисбаланс между объемом доходов и обязательств. Реализация принципов корпоративной социальной ответственности возлагается на субхолдинги или ТНК. Социальная активность головного холдинга в российских группах сводится к благотворительности и спонсорству (АФК Система, Альфа-групп, Интеррос, Онэксим-групп). Проводится мониторинг соблюдения компаниями группы принятых обязательств по социальной ответственности, однако, внимание при этом обращается на экономию природных ресурсов, и другие сферы, связанные с повышением эффективности бизнеса, а также организацию безопасности труда (АФК Система, Ренова). Таким образом, российские финансово-промышленные группы, действующие в условиях глобальной конкуренции, в своей основной массе стремятся по

возможности минимизировать социальные издержки. Наблюдается явное несоответствие ориентации на коммерческий успех тем требованиям, которые предъявляет современная внешняя среда к инвесторам и менеджменту российских финансово-промышленных групп.

Вышеизложенное объясняет низкий уровень раскрытия информации о социальной активности, который демонстрируют российские финансово-промышленные группы. Социальную отчетность составляет только АФК Система. Ряд групп отражает информацию о социальной активности в годовом отчете об экономической деятельности (Северсталь-групп, Интеррос и другие). Альфа-групп, Ренова, Онэксим-групп, Базовый элемент, Evraz-Millhouse и другие ограничиваются декларацией приверженности корпоративной этике и принципам социальной ответственности. Недостаточный уровень социальной ответственности российских групп и низкий уровень информации о некоммерческой деятельности становятся факторами, сдерживающими рост российского капитала. Дилемма между социальной и экономической эффективностью большинством из них разрешается путем поддержки принципов социальной ответственности, ведущих к максимизации прибыли и получению дополнительных выгод, что согласуется с аргументами теории Д. Бэрона.

В связи с этим распространению практики социально-ответственного поведения способствуют как рыночные, так и плановые стимулы, исходящие от государства. Следование группой принципам корпоративной социальной ответственности обеспечивается существованием «премии» за социально-ответственное поведение на товарном рынке, рынке труда и капитала, а также нормативной и законодательной деятельностью национальных правительств и парламентов в целом ряде областей: в сфере корпоративного управления, отчетности, а также более строгих правил экологического и социального поведения.

Функционирование механизмов саморегулирования глобального финансового рынка, рейтинговых агентств, аудиторских компаний и некоммерческих организаций, действующих в сфере социальной ответственности, дополненное прогрессом в области информационных технологий, повышает репутационные риски участников финансового рынка в случае нарушения ими принципов социальной ответственности. Рынок вынуждает менеджеров и контролирующих акционеров головных холдингов учитывать, что сведения о нарушении указанных норм отрицательно повлияют на доступность капитала и рыночную оценку фирм группы. Институциональные инвесторы (банки и небанковские финансовые компании) проявляют повышенное внимание к уровню корпоративного управления, экономической и социальной эффективности фирм. Финансовые рынки реагируют на качество согласования интересов менеджмента и других сторон, в случае конфликта стоимость акционерного капитала снижается.

На принятие инвестиционных решений большое влияние оказывают фондовые индексы, которые, наряду с оценкой рейтинговых агентств, являются индикатором соответствия фирмы требованиям, предъявляемым деловым

сообществом. В частности, возрастающее влияние на рейтинг и капитализацию корпораций оказывает ее включение в индексы, которые рассчитываются исходя из рыночной капитализации фирм, демонстрирующих высокий уровень социальной эффективности. К таким индексам относятся Dow Jones Sustainability Index, Responsible Competitiveness Index, Community Involvement Index, FTSE4Good и др.

Говоря о стимулах к социально ответственному поведению, формируемых рынком, следует отметить деятельность транснациональных банков. ABN Amro, Barclays, Citibank и West LB в 2003 г. огласили «Принципы экватора», которые легли в основу оценки инвестиционных проектов, финансируемых совместно с Мировым Банком. Данные ограничения применяются в отношении фирм развивающихся рынков и предполагают обязательное следование заемщика принципам охраны окружающей среды и неприятия принудительного труда. К инициативе «Экватора» позднее присоединились ABN Amro Group, Natixis, BNP Paribas, Credit Swiss, First Boston, Westpac Banking Corporation и другие, что отражает чувствительность ТНБ к репутационным рискам своих заемщиков. [1]

В отношении финансово-промышленных групп действие обозначенных механизмов рынка ограничено, т.к. за счет них повышается уровень социальной ответственности ключевых ТНК, но влияние на другие аффилированные фирмы незначительно. Более того, в условиях глобального экономического кризиса механизмы финансового рынка оказались блокированы, а существующие институты продемонстрировали неэффективность, в связи с чем произошел переход ключевой роли к государству. В качестве примера можно привести противоречия по поводу выплаты компенсаций наемному персоналу в результате банкротств ряда корпораций и финансовых институтов. Сотрудники, владеющие долями их акционерного капитала в рамках программ пенсионного обеспечения, получили компенсацию от государства.

Основная функция государства заключается в институционализации принципов социально-ответственного поведения и механизмов их реализации. Законодательное закрепление норм экологической и социальной ответственности, а также налоговые стимулы, встречное финансирование социально значимых проектов и частно-государственное партнерство ведут к росту социальной активности финансово-промышленных групп. В 2005 году Федеральный закон Российской Федерации «О концессионных соглашениях» определил возможность создания государственно-частного партнерства в здравоохранении, образовании, коммунальном обслуживании и т.д. Тем не менее, стандарты регулирования, которые задает государство, в основном имеют статус принципов, ориентиров и сводов правил поведения. Попытки ужесточить регулирование встречают серьезное сопротивление со стороны бизнеса, но текущий высокий уровень суверенного долга подталкивает государства к сокращению инвестиций в социальную сферу и стимулированию программ социальной ответственности бизнеса, в частности финансово-промышленных групп.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что корпоративная социальная ответственность является перспективным источником экономического развития российских финансово-промышленных групп, но не может рассматриваться в качестве основного способа обеспечения социальной защищенности населения и устойчивого развития. Практика разрешения дилеммы между социальной и экономической эффективностью, сложившаяся в группах позволяет заключить, что корпоративная социальная ответственность финансово-промышленных групп – лишь один из механизмов в системе, ведущую роль в которой должна играть последовательная социальная политика государства.

Список литературы

1. «Принципы экватора» [сайт]. – Режим доступа : <http://www.equator-principles.com/index.php/members-reporting/members-and-reporting> (дата обращения: 12.01.2012).
2. Baron D.P. Business and Its Environment / D.P. Baron. – 6th ed. – Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2010. – 832 p.
3. Fernández-Kranz D. When Necessity Becomes a Virtue: The Effect of Product Market Competition on Corporate Social responsibility / D. Fernández-Kranz, J. Santaló ; Saint Louis University. – Madrid, 2007.
4. Margolis J.D. Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance / J.D. Margolis, H.A. Elfenbein, J.P. Walsh ; Presentation at the Academy of Management Meetings. – Philadelphia, PA, 2007. – 86 p.
5. Morrison-Paul C. Corporate Social Responsibility and Economic Performance [Электронный ресурс] / C. Morrison-Paul, D. Siegel. – 2006. – Режим доступа : <http://econpapers.repec.org/paper/rpiriwpe/0605.htm> (дата обращения: 15.12.2011).
6. The Global Competitiveness Report 2010–2011 / Eds. by K. Schwab ; World Economic Forum. – Geneva, 2010. – 516 p.