

УДК 330.101

Е.В. Нехода

СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ БИЗНЕСА И ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Настоящая статья носит постановочный характер, и в ней обозначены проблемы, связанные с необходимостью пересмотра доминирующей методологии в экономической науке, акцентирования внимания на социальных процессах жизнедеятельности организации и функционирования бизнеса, повышением значимости социальной среды обитания. В статье рассматривается круг вопросов, связанных с осознанием объективного единства социальных и экономических функций бизнеса, как следствие, необходимостью пересмотра целей и критериев общественного прогресса и функционирования бизнеса.

Ключевые слова: социальное управление, социальные функции бизнеса, общие ценности, цели и показатели общественного прогресса, корпоративная социальная ответственность, социальный капитал.

В настоящее время в научных кругах России, представителей социогуманитарного направления развернулась дискуссия о фундаментальных причинах кризиса в экономической науке. Кризис в экономической науке, а также мировой кризис 2008–2010 гг. инициируют ученых к поиску новых методологических подходов, определению общего вектора (контекста) развития науки, обращению к междисциплинарным исследованиям, выдвижению новых гипотез, идей, концепций, технологий.

В последнее время и за рубежом, и в России появилось множество исследований, основанных на прогнозах социального бытия, в том числе и футуристического характера, на прогнозировании главных социальных и экономических индикаторов жизни глобального сообщества. В общем списке выделяются работы Ф. Фукуямы, П. Друкера, Дж. Стиглица, Р. Акоффа, Е. Гонтмахера, Е. Балацкого, А. Бузгалина, Д. Петросяна и многих других.

Одна из тем научных дискуссий связана с изменением взглядов на роль бизнеса, особенно крупного, в жизни современного общества; с выявлением противоречий при использовании показателей, характеризующих экономический рост как главную цель и средства решения национальных и глобальных проблем современности; с выдвижением положения о возрастании значимости социальной среды в жизни человека, организации, национальной экономики и необходимости дополнения экономических параметров эффективности показателями социального развития и субъективными показателями восприятия человеком его среды обитания (трудовая жизнь и организация, семейные ценности, природная среда).

В связи с этим большое количество публикаций посвящено необходимости изменений в методологических подходах к оценке общественного прогресса, к постановке целей и определению критериев развития общества, эффективности экономики, эффективности бизнеса.

В традиции экономической науки и ее доминирующего неоклассического направления («мейнстрима») «провалы» рынка компенсирует государство, которое выступает субъектом социальной политики и реализации социальных программ, формирует соответствующие институты социальной защиты. Главная цель компаний – максимизация прибыли и доходов акционеров признается доминирующей, несмотря на появление новых концепций и управленческих технологий.

За последние 5–6 лет на страницах зарубежной и российской печати, в продолжение дискуссии о кризисе в экономической науке, обсуждаются и проблемы кризиса концепции «социального государства», необходимости коренной реформы общественного сектора, изменения направленности социальной защиты, необходимости коренных институциональных изменений (реформа прежде всего социальных институтов). Немецкие социологи в последних публикациях все чаще и чаще указывают на целесообразность коренных изменений в модели социальной рыночной экономики и социального государства. Например, Николь Норберт в своей работе «Есть ли будущее у экономики: конец роста и грядущий кризис» говорит о готовности общества к социальным реформам, отмечает также интерес к либеральным идеям в связи с обострением проблем социального иждивенчества [1].

В одной из своих последних фундаментальных работ Руслан Гринберг также ставит проблему кризиса социального государства [2], однако, как совершенно справедливо отмечает А. Бузгалин, поиск новой модели ведется «исключительно в рамках того или иного сочетания рынка и социальных ограничений. Спор идет вокруг соотношения либерализма и социальности: одни требуют больше первого, другие – второго. Иными словами, идет поиск изменения количественных пропорций перераспределения созданного богатства, но сам принцип – создавать богатство могут только агенты рынка, а социальная политика может его только перераспределять, в большей или меньшей степени подрывая рыночные стимулы, – остается неизменным» [3. С. 136].

Развивая дискуссию о кризисе социального государства, авторы монографии «Новые факторы глобального и регионального развития: обострение этносоциокультурных противоречий» указывают на две группы факторов, вызвавших данный кризис: экономическая глобализация и технологические новшества [4. С. 111–112]. По мнению авторов, классическая концепция социального государства является продуктом индустриализации и в таком случае идеи социальной ответственности бизнеса остаются лозунгами, нежели реальной действительностью [4. С. 111]. Выдвигается новая роль профессиональной занятости и высшего профессионального образования в преодолении проблем, связанных с «социализацией личности», способствующей стабилизации социальной жизни в целом; профессиональная занятость также могла бы «стать альтернативой и новой возможностью противостоять социальным конфликтам», основой концепции качества жизни, которое обеспечивается профессиональной занятостью [4. С. 111].

Методологический прорыв в смене парадигмы оценки эффективности общественного прогресса произошел в том числе и после опубликования доклада международной комиссии во главе с нобелевским лауреатом

Дж. Стиглицом «The Measurement of Economic Performance and Social Progress» в 2009 г. (Доклад Комиссии по измерению эффективности экономики и социального прогресса, Дж. Стиглиц, А. Сен, Ж.-П. Фитусси). В докладе сделан акцент на необходимости при оценке экономического развития больше внимания уделять качеству жизни вообще и отдельного человека в частности¹. При измерении качества жизни нужно учитывать и объективные показатели, имеющие количественную оценку, и субъективные, имеющие как количественное, так и качественное измерение [5].

Для отражения вышеперечисленных тенденций в общественных науках стали использовать термин «wellbeing» (буквально «хорошее бытие»), по содержанию означающее «непрерывное благополучие» человека и общества (отсюда понятия «хорошее общество», «справедливое общество»). Данная концепция включает широкий спектр объективных и субъективных оценок людей собственного «непрерывного» благополучия на разных этапах жизни, в том числе и активную трудовую деятельность, и благополучие в «пожилом возрасте» (age watch). Напомним, что ранее экономическая наука использовала концепцию «welfare», которая отражала уровень благосостояния с точки зрения измеримых количественных показателей и уровня социальной защиты граждан. Для измерения благополучия людей (wellbeing) используется система взаимодополняющих показателей: доходы, работа, общество, образование, экология, гражданские права, здоровье, удовлетворенность, безопасность, баланс между работой и отдыхом [6].

Таким образом, в настоящий период, как никогда, производственная, экономическая деятельность компаний (для измерения которой используются стандартные рыночные критерии соотношения затрат и выгод) нуждаются в нерыночных целях и критериях эффективности.

В связи с этим представляется полезным вновь обратиться к получившей наибольшее распространение и развитие концепции и управленческой технологии «корпоративная социальная ответственность».

Начиная с 50-х гг. прошлого века в ответ на общественный запрос (увеличение количества общественных организаций, формирование общества корпоративного гражданства) и давление заинтересованных сторон (потребителей, поставщиков, конкурентов – введение кодексов честной конкуренции, работников – этических кодексов и др.) первоначально в США, а затем и в Западной Европе получили широкое распространение концепция корпоративной социальной ответственности (далее – КСО) и смежные понятия «ус-

¹ Нужно отметить, что «качество жизни» как научная концепция стала разрабатываться начиная с 1970-х гг., на уровне компаний получила развитие концепция «качества трудовой жизни». Как известно, с 1990-х гг. в Программах развития Организации Объединенных Наций (ПРООН) стали публиковаться доклады о развитии человека. В первом докладе было сформулировано принципиальное положение о целях общественного прогресса – развитие человека и его возможностей. Интерес к концепции «качества жизни» со стороны деловых и правительственных кругов обозначился в связи с попыткой объяснить причины мирового финансового кризиса, который начался в 2008 г. В Докладе Комиссии Дж. Стиглица, в частности, акцент сделан на том, что до сих пор основным макроэкономическим показателем, в том числе и в межстрановых сопоставлениях, является ВВП, не отражающий в настоящее время объективную реальность. Таким образом, показатель ВВП должен быть дополнен показателями здоровья, образования, досуга, участием в политической жизни и управлении, социальными связями, доверием, показателями окружающей среды.

тойчивое развитие», «социальное инвестирование», «корпоративная социальная политика».

Институционализация идей КСО нашла отражение в формировании стандартов КСО, появлении новых инвестиционных рынков, в частности социального предпринимательства и социально ответственного инвестирования. Так, рынок социальных инвестиций в 2011 г. (в млрд. евро) составил: в Европе – 4,986, в Америке – 2,141, в Австралии – 58, в Канаде – 40. Специалисты признают постепенную глобализацию рынка социально ответственного инвестирования, среднегодовые темпы рыночного роста которого начиная с 2007 г. составляют 27%. Стандартизация идей КСО нашла признание и в необходимости составления и предоставления компаниями нефинансовой отчетности, развитием которой становится в настоящее время концепция корпоративной интегрированной отчетности (обязательная финансовая отчетность – МСФО и преимущественно добровольная нефинансовая отчетность).

В последнее время западная практика ведения бизнеса стала оперировать понятием «конкурентные нематериальные активы» (НМА – *Competitive Intangible Assets*) – инновации, репутация, бренд, знания, партнерские сети, возможности коммуникаций, лидерство, корпоративное управление, социальный капитал. Указывается, что российский бизнес недооценивает значение НМА как ресурса в увеличении акционерной стоимости компаний и получении дополнительных конкурентных (чаще всего уникальных) преимуществ.

Однако следует признать, что в России идеи КСО и нефинансовой отчетности занимают достойное место в научных и прикладных исследованиях. В области социальной политики и социальной ответственности выделяются работы А. Костина, С. Перегудова, Б. Ракитского, И. Соболевой, Е. Гонتماхера, Е. Балацкого, А. Бабича. В 2004 г. была принята Хартия российского бизнеса; в рамках Российского союза промышленников и предпринимателей функционирует Комитет по корпоративной социальной ответственности и демографической политике, он же проводит общественное заверение нефинансовых отчетов российских компаний. В 2007 г. создан Национальный форум КСО – ведущая российская площадка по продвижению идей КСО, распространению практик в области КСО, развитию диалога между государством, бизнесом и обществом. Курс «Корпоративной социальной ответственности» введен в стандарты третьего поколения высшего образования по направлению «Менеджмент»; также целый ряд высших учебных заведений и бизнес-школ реализует различные образовательные программы в области корпоративной социальной ответственности (Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, Институт гуманизации бизнеса Московской международной школы бизнеса «Мирбис», «Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики», Московская школа управления Сколково).

Осознавая необходимость и значимость концепции корпоративной социальной ответственности, все-таки следует признать ее внешне навязанной нормой. Для большинства как зарубежных, так и российских компаний она пока не стала внутренней потребностью и общей ценностью, ее реализация по-прежнему связывается с максимизацией полезности и теми ограничения-

ми (вынужденными издержками), которые накладываются на деятельность компании внутренними и внешними держателями интересов (давление со стороны государства, общественных организаций, потребителей, конкуренция за квалифицированных работников), и внешними инструментами признания (конкурсы, рейтинги и т.п.). Директор агентства «Социальные инвестиции» Сергей Туркин подчеркивает, что в основе и НМА, и КСО лежат отношения со стейкхолдерами, т.е. навязанные извне принципы и технологии.

Таким образом, пользуясь терминологией того же «мейнстрима», можно констатировать, что «при принятии решения о том, что производить, как производить, для кого производить, социально ответственный предприниматель (корпорация) руководствуется не только критерием рыночной целесообразности, прибыльности, но и критериями, учитывающими интересы сторон. В классической рыночной схеме «провалы» рынка компенсирует государство. В новой концепции социально ответственный предприниматель (в более зрелой модели – социально ответственное бизнес-сообщество) стремится хотя бы отчасти восполнить эти «провалы» собственными силами» [7. С. 93].

Для того чтобы корпоративная социальная ответственность и социальные функции бизнеса рассматривались в качестве неотъемлемой составляющей современной компании, внутренней нормы, необходимо пройти, на наш взгляд, определенные стадии зрелости подходов как со стороны всех заинтересованных сторон, так и самого бизнеса (рис. 1).

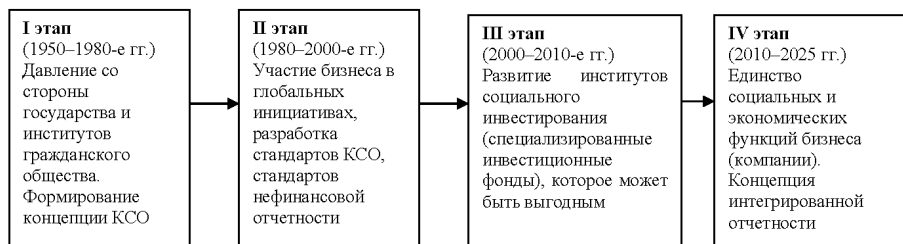


Рис. 1. Степень зрелости подходов к социальным функциям бизнеса

В своем исследовании И.В. Долгорукова выделяет три модели корпоративной социальной политики, которая наряду с корпоративной социальной ответственностью может рассматриваться как социальная технология ведения и развития бизнеса. Модель «традиционного конфликта» основана на объективных разногласиях и противоречиях между трудом и капиталом, производителями и потребителями, производством и окружающей средой. Восстанавливать социальное равновесие призваны различные институты и в первую очередь государство. Модель «социально ответственного инвестирования» основана на экологической целостности, социальные блага и здоровые общественные силы могут создавать предпосылки для положительного облика компании, могут быть выгодными и рассматриваться как средства увеличения рыночной стоимости компании. Модель «социальные достижения» объясняет идеологию компаний, которые приняли на себя обязательства по отношению к экологическим и социальным целям без свидетельства, что

корпоративное гражданство приводит к прямой материальной выгоде [8. С. 27].

Переход на четвертый этап зрелости (см. рис. 1) в понимании идей и самой концепции КСО связан и с кардинальным переосмыслением бизнес-деятельности современных компаний. Разделяя и развивая исследования и выводы С. Симпсон и С. Туркина, выскажем собственную точку зрения по вышеобозначенной проблеме. Итак, основная бизнес-деятельность современных компаний связана со следующими процессами [9]:

1. *Развитие и улучшение продуктов/услуг, освоение новых рынков сбыта.* Однако необходимо четко понимать, что любые товары сегодня – информация, знания, продукция, услуги – есть синтез и результат применения производственных и социальных технологий. Современная трудовая (в частности, научная) деятельность, производство знаний представляются, прежде всего, коллективными и невозможны без этической составляющей совместной деятельности, без создания уважительной и доверительной атмосферы в отношениях между людьми, без проявления самых лучших человеческих качеств. Знания по своей сущностной характеристике связаны с личностью человека, так как преломляются в его сознании, умственной творческой деятельности. Выдающийся американский ученый Ф. Махлуп отмечал, что производство знаний не заканчивается, пока они не стали достоянием других людей. Более того, производство новых видов продукции и услуг сегодня требует не стандартных решений, а часто и иррациональных. Все это также сказывается на развитии социальных технологий. Как указывает в своей фундаментальной работе известный американский социолог Марк Грановеттер «Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности», экономические отношения между людьми и организациями не существуют в абстрактной идеализированной модели рынка (как это представляет «мейнстрим»), а преломляются через социальные сети, социальную структуру [10]. В этой связи сегодня повышаются и нефинансовые риски, которыми компаниям также нужно научиться управлять.

2. *Работа с поставщиками и повышение ценности каналов поставок.* Сегодня признанной во всем мире становится концепция создания ценности. Несмотря на то, что она относится к традиционной рыночной концепции, между тем она значительно влияет на изменения в технологиях работы в цепи поставок. Вовлечение партнеров в создание общей ценности, добавленной стоимости (ориентация на создание добавленной стоимости предполагает поддержку той деятельности, которая увеличивает ценность, в противовес тем действиям, которые увеличивают доход или уменьшают издержки) невозможно без использования развитых каналов коммуникаций, партнерских сетей, доверия в цепи поставок, без определенной культуры партнерских отношений, выработки общей политики «разумного» потребления и управления совместными процессами.

Концепция создания общих ценностей значительно отличается от концепции КСО (таблица), так как в рамках данного подхода основные усилия компании направлены не на обеспечение соответствия определенному набору стандартных критериев, а на формирование определенной социальной среды деловых отношений и операций. Например, новые инициативы Nestle связа-

ны с ее бизнес-стратегией – принцип здорового питания и здорового образа жизни, использование водных ресурсов и развитие сельских территорий [11]. Большинству специалистов известен опыт компании Nestle в работе с поставщиками в Индии, Латинской Америке, Африке (Кении).

Социальная ответственность и общие ценности: сравнительный анализ

Параметр	Социальная ответственность	Общие ценности
Цель	Решение наиболее значимых социальных проблем современности	Получение экономических и социальных выгод с учетом издержек
Метод	Гражданская позиция, благотворительность, устойчивое развитие	Создание стоимости и блага для общества одновременно
Причина	По собственной воле или в ответ на внешнее давление	Уникальное конкурентное преимущество
Прибыль	Независима от максимизации прибыли	Неотделимы от максимизации прибыли
Направления	Диктуются обществом или личными предпочтениями	Зависят от специфики компании и выбираются ею самой
Связь с бюджетом	Не связана с бизнесом компании и зависит от выделяемого компанией бюджета	Проходят по всем статьям бюджета компании

3. *Набор, удержание и мотивация персонала, вовлеченность персонала и привлечение работников к управлению, повышение лояльности персонала к компании.* Социальная функция современных трудовых отношений между работниками и работодателями показывает зависимость, заключающуюся в том, что сама занятость ориентирована не столько на достижение экономических, политических задач, сколько на развитие человека как высшей ценности. То есть если сотрудник стремится к развитию и самореализации и в организации есть для этого соответствующая социальная среда, атмосфера, то он и более активно участвует в принятии решений, оказывает влияние на решение тех или иных проблем, задач.

И. Гришин и многие другие исследователи отмечают возрастание значимости социальной среды в жизни человека, организации, национальной экономики [12], признание концепции качества жизни и ее составляющей – качества трудовой жизни. В настоящее время, как никогда, становятся актуальными не столько общеполитические вопросы о месте и положении человека в мире, обществе, сколько о его месте в повседневной жизни, в которой трудовая деятельность (работа) занимает отнюдь не последние позиции, и развитии на этой основе экономико-социологической концепции баланса жизни и труда [13].

4. *Инновации и обучение, создание различных партнерств* (партнерские сети, корпоративные коммуникации и т.п.). Вот что по этому поводу пишет Джон Пурдехнад из Пенсильванского университета: «До появления вездесущего Интернета большинство компаний полагалось на систему собственных внутренних инноваций. При этом идеи новых продуктов рождались и воплощались в специальных подразделениях по исследованиям и разработкам (R&D, Research and Development – типа конструкторских бюро). Однако по мере превращения Интернета в средство быстрого обмена информацией многие компании обнаружили, что гораздо больше компетентных экспертов на-

ходится вне их стен. Например, количество патентов, полученных отдельными изобретателями и мелкими фирмами, увеличилось с 1970 по 1992 г. от пяти до двадцати процентов. Поэтому неудивительно, что многие корпорации обратились к системе открытых инноваций, в которой собственные подразделения исследований и разработок стараются найти и использовать знания из внешних источников» [14. С. 22]. Ориентация бизнеса на «открытые инновации» и социальные сети также сделала актуальным развитие социальных технологий, выполнение бизнесом социальных функций (развитие среды обитания, повышение общекультурного уровня всех участников, морально-этической стороны инновационных процессов).

Таким образом, вышеперечисленные тенденции и процессы актуализировали обращение общественных наук к концепции «социального капитала», в свою очередь рассматриваемой частью исследователей в качестве «социальной инновации».

Бурное развитие концепции социального капитала в последние 20 лет можно объяснить и тем, что его основоположники в очень четкой форме определили эффективное функционирование современного общества, экономики и бизнеса (организаций) в таких понятиях, как «доверие», «культура», «социальные сети», «добровольческие ассоциации». Признанный специалист в области теории социального капитала Д. Коулман выделяет три его формы: 1) обязательства и ожидания, зависящие от надежности социальной среды; 2) информационные каналы и способность социальной структуры к передаче информационных потоков; 3) социальные нормы [15]. Как справедливо отмечает В. Иноземцев, понятие «человеческого капитала – это не только квалификация и знания, это в определенной степени и способность людей общаться друг с другом. На основе общих ценностей (между различными группами) и возникает доверие, которое имеет вполне конкретную экономическую ценность» [16. С. 129]. Ф. Фукуяма определил доверие как «социальную добродетель», создающую благосостояние. Закон, договор, экономическая целесообразность необходимые, но не достаточные условия для стабильного и благополучного общества. К ним следует добавить принципы взаимопомощи, моральные обязательства, долг и доверие, которые основаны на традициях и обычаях, а не на рациональном расчете [17].

Среди всего многообразия взглядов на социальный капитал можно выделить основные подходы в исследовании его сущностных характеристик:

1. Социологический подход и вместе с ним социология описывают и анализируют социальные нормы и источники мотивации человеческого поведения. Например, социальный капитал рассматривает такие нормы, как сети и сетевые структуры и возможности человека извлекать с их помощью выгоду.

2. Экономико-институциональный подход, рассматривая социальный капитал, исходит из предпосылок создания общих ценностей при взаимодействии людей (хозяйствующих субъектов) друг с другом. При этом люди (организации) используют ресурсы социального капитала при осуществлении различных типов деятельности. Особенно эти ресурсы востребованы предпринимательской, инновационной, творческой деятельностью – атрибутами современного этапа общественного развития.

3. Основой социоантропологического подхода являются представления о природных инстинктивных стремлениях человека к объединению.

4. Политология акцентирует внимание на решающей роли институтов, политических и социальных норм в формировании человеческого поведения.

Трактовка социального капитала, применяемая в работах Мирового банка, причисляет его к институтам, отношениям и нормам, формирующим количество и качество взаимодействия в обществе. Все новые и новые данные подтверждают, что социальное единство – важнейший фактор экономического процветания и устойчивого развития.

Большинство исследователей концепции социального капитала выделяют такое важное его свойство, как доверие. В психологии деловых отношений доверие определяется как «оптимистическое ожидание человека, группы, фирмы, находящихся в условиях уязвимости и зависимости от другого человека, другой группы или фирмы в ситуации совместной деятельности или экономического обмена с целью способствовать, в конечном счете, взаимовыгодному сотрудничеству сторон. При недостатке эффективных договорных, юридических или общественных средств, обеспечивающих соблюдение обязательств, доверие опирается на добровольно принятое обязательство тех, кому доверяют защищать права и интересы сторон, участвующих во взаимодействии. Взаимность обязательств становится морально-этической основой для прочного взаимовыгодного и долгосрочного сотрудничества, обеспечивает качество социальных отношений, именуемых социальным капиталом».

В 1994 г. в Швейцарии в небольшом городке Ко был принят исторический документ «Принципы международного бизнеса», получивший впоследствии название «Декларация Ко». В Декларации были зафиксированы следующие принципы: 1) ответственность бизнеса: от акционеров («простых» держателей ценных бумаг) к владельцам доли в бизнесе; 2) экономическое и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу; 3) этика бизнеса: от буквы закона к духу доверия; 4) уважение правовых норм; 5) уважительное отношение к окружающей среде [18].

В заключение отметим, что экономическая наука должна претерпеть изменения и стать адекватной новым экономическим, социальным, политическим обстоятельствам и исследовать формирование и поведение человека и организаций (бизнеса в более узком смысле) для работы и жизнедеятельности в новой глобальной среде.

Литература

1. Norbert N. Die ökonomische Rationalität in die Öffentlichkeit tragen: zur Arbeit und Wirkungsweise der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (2000–2006). Marburg: Tectum Verlag, 2008. 287 S.

2. Гринберг Р.С. Свобода и справедливость. Российские соблазны ложного выбора. М.: Магистр ИНФРА-М, 2012. 412 с.

3. Бузгалин А.В. Справедливость как предпосылка свободы и эффективности: обновление социального проекта возможно? // Социологические исследования. 2013. № 3. С. 135–145.

4. Новые факторы глобального и регионального развития: обострение этносоциокультурных противоречий / под ред. Е.Ш. Гонтмахера, Н.В. Загладина, И.С. Семененко. М.: ИМЭМО РАН, 2013. 119 с.

5. *The Measurement of Economic Performance and Social Progress* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/overview-eng.pdf> (дата обращения: 15.06.2014).
6. По материалам сайта «OECD Better Life Index» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/> (дата обращения: 15.06.2014).
7. Соболева И. Социальная ответственность бизнеса: глобальный контекст и российские реалии // Вопросы экономики. 2005. № 10. С. 90–102.
8. Долгорукова И.В. Корпоративная социальная политика современных российских предприятий: модели и практики: автореф. дис. ... д-ра социол. наук. М., 2011. 47 с.
9. Симпсон С., Туркин С. Социальные измерения в бизнесе. М.: Красная площадь, 2001. 96 с.
10. Грановеттер М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности // Экономическая социология [Электронный журнал]. 2002. Т. 3, № 3. С. 44–58.
11. Создавая общие ценности. Социальный отчет компании «Нестле Россия» 2011. М., 2011. 58 с.
12. Гришин И. Человеческое развитие: количественное измерение и процессы в мировой системе // Мировая экономика и международные отношения. 2010. № 7. С. 102–114.
13. Рождественская Е.Ю. Концепция баланса жизни и труда: уроки Европейской социальной политики и Российские перспективы // Журнал исследований социальной политики. 2011. Т. 9, № 4. С. 439–454.
14. Пурдехнад Д. Открытые инновации и социальные сети // Проблемы управления в социальных системах. 2012. Т. 4, вып. 7. С. 22–27.
15. Коулман Д. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. 2001. № 3. С. 122–139.
16. Иноземцев В.Л. Расколота цивилизация. М.: Academia, 1999. 724 с.
17. Fukuyama F. Trust. The Social virtues and the Creation of Prosperity. N.Y., 1996. 468 p.
18. Дискин И.Е. Социальный капитал в глобальной экономике // Общественные науки и современность. 2003. № 5. С. 150–159.

Nekhoda E.V. Department of System Management and Business Economics, National Research Tomsk State University, Russia. E-mail: sheyna@sibmail.com

THE SOCIAL FUNCTIONS OF BUSINESS AND THE PREREQUISITES FOR CREATING SOCIAL CAPITAL.

Keywords: Social management; Social functions of business; General values, purposes and indicators of public progress; Corporate social responsibility; social capital.

There is currently an ongoing discussion in Russian scientific circles by representatives of social and humanitarian sectors about the fundamental causes of crisis in economics. Crisis in economics, as well as the Global Financial Crisis in 2008-2010, have triggered Russian and foreign researchers to search for new methodological approaches to defining a common vector (context) for scientific development, addressing interdisciplinary research, and advancing new hypotheses, ideas, concepts and technologies.

One of the topics of being discussed now by the scientific community is connected with the changing views on the role of business, especially big business, in modern society by exposing contradictions when using indicators characterizing economic growth as the main objective and means for solving contemporary national and global problems. The topic is also connected with putting forward regulations to increase the significance of social environment in a person's life, as well as in organizations, the national economy, and in the need for additional economic effectiveness parameters. This is accomplished by using indicators for social development, as well as subjective indicators for a human's perception of his surroundings (work and organizations, family values, the natural environment).

The key question, which is connected with the search for a new model of social development, should be presented in the following way: 'How would a system look where fairness was the stimulus, rather than an impediment, for growth, and not simply effectiveness, but innovation that ensures human development.'

The social (e.g. social justice) and economic functions of business (e.g. effectiveness) are not contradictory in today's day and age, and actually complement each other by forming a basis for the simultaneous creation of value and benefit for society. This is connected with the changes taking place in the business practices of modern companies.

The basic business practices of companies are connected with the following processes:

1. *The development and improvement of products/services, and the mastering of new markets.* However, it is important to clearly understand that for any goods today (information, knowledge, production, services), the result is the synthesis of industrial applications and social technologies.

2. *Dealing with suppliers and the increasing value of supply channels.* Drawing partners into the creation of a shared value at an additional cost is not possible without using developed channels of communication, partnership networks, trust in the supply chain, without a defined culture of partner relationships, and the creation of common policies on the 'sensible' use and management of joint processes.

3. *Recruiting, retaining and motivating personnel; personnel involvement; attracting employees to management positions; raising the loyalty of personnel to the company.* If an employee strives towards development and self-realization, and in the organization there is the corresponding social environment and atmosphere, then he will more actively take part in decision making, influencing the solving of various problems and tasks.

4. *Innovation and education; creating various partnerships (partnership networks, cooperative communication, etc.).* The orientation of business towards 'open innovation', as well as social networks, made the development of social technologies and the fulfilment of social functions by business relevant.

In this way, the trends and processes mentioned above actualized the handling by the social sciences of the concept of 'social capital', which was partly considered to be 'social innovation' by researchers.

References

1. Nicoll N. *Die ökonomische Rationalität in die Öffentlichkeit tragen: zur Arbeit und Wirkungsweise der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (2000-2006)*. Marburg, Tectum Verlag, 2008. 287 p.
2. Grinberg R.S. Svoboda i spravedlivost'. Rossiyskiye soblazny lozhnogo vybora [Freedom and Justice. Russian Allurements of the False Choice]. Moscow, Magistr INFRA-M Publ., 2012. 412 p.
3. Buzgalin A.V. Spravedlivost' kak predposylka svobody i effektivnosti: obnovleniye sotsial'nogo proyekta vozmozhno?. *Sotsiologicheskkiye issledovaniya*, 2013, no. 3, pp. 135-145. (In Russian).
4. Gontmakhera E.Sh., Zagladina N.V., Semenenko I.S. (eds.) *Novyye faktory global'nogo i regional'nogo razvitiya: obostreniye etnosotsiokul'turnykh protivorechiy* [New Factors of the Global and Regional Development: Aggravation of Ethno-socio-cultural Contradictions]. Moscow, IM-EMO RAN Publ., 2013. 119 p.
5. The Measurement of Economic Performance and Social Progress. Available at: <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/overview-eng.pdf> (accessed 15 June 2014).
6. OECD Better Life Index. Available at: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/> (accessed 15 June 2014).
7. Soboleva I. Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa: global'nyy kontekst i rossiyskiye realii [Social responsibility of business: the global and Russian realia]. *Voprosy ekonomiki*. 2005, no. 10, pp. 90-102.
8. Dolgorukova I.V. *Korporativnaya sotsial'naya politika sovremennykh rossiyskikh predpriyatiy: modeli i praktiki*. Avtoref. diss. dokt., Moscow, 2011. 47 p. (In Russian).
9. Simpson S., Turkin S. *Sotsial'nyye izmereniya v biznese* [Social Measurements in Business]. Moscow, Krasnaya ploshchad' Publ., 2001. 96 p.
10. Granovetter M. Ekonomicheskoye deystviye i sotsial'naya struktura: problema ukorenennosti. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*, 2002, vol. 3, no. 3, pp. 44-58.
11. Nestle Russia. *Creating mutual values. Social Report*. Nestle Russia, 2011, 58 p. (In Russian).
12. Grishin I. Chelovecheskoye razvitiye: kolichestvennoye izmereniye i protsessy v mirovoy sisteme. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnyye otnosheniya*, 2010, no. 7, pp. 102-114.
13. Rozhdestvenskaya E.Yu. Kontseptsiya balansa zhizni i truda: uroki Evropeyskoy sotsial'noy politiki i Rossiyskiye perspektivy. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noy politiki*, 2011, vol. 9, no. 4, pp. 439-454.
14. Purdekhna D. Otkrytyye innovatsii i sotsial'nyye seti. *Problemy upravleniya v sotsial'nykh sistemakh*, 2012, vol. 4, no. 7, pp. 22-27.

15. Koulman D. Kapital sotsial'nyy i chelovecheskiy [Capital: social and human]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, 2001, no. 3, pp. 122–139.
16. Inozemtsev V.L. *Raskolotaya tsivilizatsiya: nauchnoye izdaniye* [The Fractured Civilization: Scientific Knowledge]. Moscow, Academia Publ., 1999. 724 p.
17. Fukuyama F. Trust. *The Social virtues and the Creation of Prosperity*. N. W., 1996. 468 p.
18. Diskin I.E. Sotsial'nyy kapital v global'noy ekonomike [Social capital in the global economy]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, 2003, no. 5, pp. 150–159.

Поступила в редакцию DD.MM.2014

Received September DD, 2014

For referencing:

Nekhoda E. V. Sotsial'nye funktsii biznesa i predposylki formirovaniya sotsial'nogo kapitala [The social functions of business and the prerequisites for creating social capital]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika – Tomsk State University Journal of Economics*, 2014, no. 3 (27), pp. 33–44.