

СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ ОРГАНИЗАЦИИ: ПОНЯТИЕ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ

Александр Геннадьевич ХАРИН

кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита,
Калининградский государственный технический университет, Калининград, Российская Федерация
agkharin@yandex.ru

История статьи:

Принята 13.02.2017

Принята в доработанном виде
28.02.2017

Одобрена 13.03.2017

Доступна онлайн 27.04.2017

УДК 336.6

JEL: D24, D46, G32

Аннотация

Предмет. Для современной экономики характерны сложная система взаимоотношений и вовлечение в процесс производства разнообразных ресурсов. Одним из таких ресурсов, оказывающих многоаспектное и разноуровневое влияние на экономических агентов, является социальный капитал. В статье исследуются теоретические и прикладные аспекты проекции концепта «социальный капитал» на уровень организации. Рассматриваются проблемы анализа и комплексной оценки социального капитала организации с позиций использования их результатов для управления.

Цели. Выявить аспекты социального капитала, оказывающие существенное влияние на ценность организации. Определить направления оценки социального капитала на уровне организации.

Методология. Основу работы составляют метод научной абстракции и монографический метод, с помощью которых выполняется критический анализ существующих методик, выявляются возможности их использования для оценки социального капитала организации, а также определяются пути дальнейшего развития методологии оценки.

Результаты. Основными результатами исследования являются обобщение представлений о роли социального капитала в создании ценности организации, определение перспективных направлений совершенствования методологии измерения этого вида капитала.

Выводы. Существующие финансовые и нефинансовые модели оценки социального капитала организации по отдельности не дают удовлетворительных результатов. Поэтому основным направлением дальнейших исследований должно стать развитие комплексных методов измерений, в частности, повышение уровня их формализации и универсализации. Это не только обеспечит более высокую достоверность оценки, но и сделает возможным полноценное включение результатов оценки в финансовую отчетность компаний, повысит их прозрачность для инвесторов и откроет дополнительные возможности для управления.

Ключевые слова: социальный капитал, организационный капитал, методы оценки

© Издательский дом ФИНАНСЫ И КРЕДИТ, 2017

Введение

В классической экономической теории обычно выделяются три основных фактора производства: труд, земля и капитал. Однако перечень основополагающих причин и условий, на которых зиждется экономическая деятельность, не исчерпывается этой триадой.

Современная экономика, для которой характерны разветвленная система взаимоотношений и вовлечение в процесс производства все новых видов ресурсов, имеет куда более сложную структуру, чем это принято в канонических версиях экономической теории.

На рубеже XX–XXI вв. в число важнейших экономических ресурсов все чаще стали включать новый концепт, описывающий социальные отношения – социальный капитал. В последние десятилетия концепция социального капитала приобрела статус одной из обязательных тем в рамках социальных, экономических и политических наук и находится в центре внимания

многих исследований, посвященных вопросам общественного и экономического развития. Понятие «социальный капитал», выйдя за рамки теоретической концепции, все глубже проникает в практику предпринимательской деятельности и постепенно становится рутинным элементом бизнес-среды.

Многие авторитетные организации, разрабатывающие стандарты для бизнеса, например такие, как Международный совет по интегрированной отчетности (IIRC), Всемирный совет предпринимателей по устойчивому развитию (WBCSD), Глобальная инициатива по отчетности (GRI) рекомендуют предприятиям при подготовке комплексных отчетов делать оценку того, как социальные аспекты деятельности компании влияют на ее ценность.

Обычной становится практика, когда компании, желающие повысить привлекательность в глазах акционеров и стейкхолдеров, прибегают к измерениям величины социального капитала, составляющего их окружение.

Повышенный интерес к социальному капиталу со стороны как ученых, так и представителей бизнеса обусловил появление большого количества публикаций, касающихся различных аспектов социального капитала – от поиска определений, наилучшим образом раскрывающих суть данного понятия, до разработки практических методов измерения разных компонентов социального капитала.

Целью нашего исследования является систематизация взглядов на социальный капитал, содержащихся в работах разных авторов с тем, чтобы выявить те его аспекты, которые оказывают существенное влияние на ценность организации. Работа также нацелена на поиск наиболее перспективных способов измерения «ценностеформирующих» компонентов социального капитала.

Следует отметить, что ни в целом социальный капитал, ни большинство его компонентов в настоящее время не имеют общепризнанных, универсальных формулировок. Такое положение является следствием сильных специфических отличий социального капитала от других форм капитала. Например, в противоположность физическому капиталу социальный, олицетворяющий отношения между людьми, нематериален, неосязаем и, как правило, не имеет четкой правовой основы.

Основоположники концепции социального капитала (П. Бурдьё, Д. Коулмен и др.) подчеркивали его «неуловимость» по сравнению с другими формами капитала, поскольку социальный капитал представляет собой, по сути, виртуальный ресурс – в разной степени формализованную систему взаимодействий между людьми.

Хотя социальный капитал, как и физический, повышает индивидуальную и коллективную производительность труда, он не изнашивается и не обесценивается в процессе использования. Для него также не характерно свойство «исключаемости», что придает социальному капиталу черты «общественного блага».

По-видимому, последнее обстоятельство обусловило устоявшееся представление о социальном капитале как средстве, призванном обеспечивать решение проблемы координации коллективных действий.

Исходя из этого, в трактовках социального капитала разных авторов превалирует мысль, что

социальные отношения и социальные нормы в совокупности образуют особого рода экономический ресурс, влияющий на многие аспекты жизни индивидов и общества. От него зависит качество общественных услуг, таких как образование, здравоохранение, общественная безопасность, государственное управление. Не менее важную роль социальный капитал играет и в деятельности бизнес-структур.

Благодаря столь широкой трактовке концепт социального капитала в настоящее время используется для объяснения разнообразных явлений и процессов социального, политического и экономического характера. Это неизбежно приводит к «размытости» данного понятия, усиливаемой неосязаемой, эфемерной природой всего того, что принято относить к нему. В результате в научном дискурсе присутствует множество порой сильно разнящихся точек зрения как на само понятие социального капитала, так и на его границы и способы измерения.

Концепция социального капитала организации

Вероятно, не требует доказательств, что социальный капитал лежит в основе деятельности и развития любой организации. Тем не менее до сих пор нет согласия в том, что представляет собой социальный капитал организации. Этим термином обозначают и совокупность элементов или свойств, составляющих данный вид капитала [1], и источники его формирования [2], и результаты функционирования [3].

Ученые по-разному трактуют процесс образования социального капитала, отсутствует единство в его отнесении к индивиду или к организации. Более того, некоторые авторы высказывают сомнения в самом существовании термина «социальный капитал организации» [4]. Отметим, что данная точка зрения нетипична, поскольку большинство исследователей все же признают наличие этой формы капитала и рассматривают его как один из важнейших факторов эффективной деятельности организации [5–7].

Названные проблемы носят преимущественно теоретический характер, но без их разрешения вряд ли возможна выработка общей методологии оценки социального капитала организации. Поэтому пока в рамках существующих представлений о данной форме капитала речь должна идти не об универсальном подходе, а о частных решениях, призванных обеспечить наилучшие практические результаты. В этом

случае алгоритм анализа и оценки социального капитала выглядит довольно просто.

Прежде всего для количественных измерений социального капитала на уровне организации в каждом конкретном случае необходимо установить его точные границы, уяснить структуру и выявить ключевые особенности. После этого из множества известных методов и моделей оценки должны быть выбраны те, которые в наибольшей мере отвечают установленным характеристикам социального капитала оцениваемой организации.

Приведем некоторые положения концепции социального капитала в его проекции на уровень организации¹, помогающие решению задачи идентификации и выбора методов оценки этого вида капитала.

В рекомендациях IIRC говорится, что социальный капитал может включать в себя отношения как внутри организации, так и между организацией и ее стейкхолдерами². Согласно IIRC важнейшими интегральными характеристиками социального капитала организации являются соответствие деятельности организации запросам общества, отношения организации с правительственными структурами, ее взаимоотношения с контрагентами и конкурентами, а также лояльность клиентов. При этом в качестве главных особенностей социального капитала, проявляющихся на уровне организации, рассматриваются:

- его тесная связь с другими видами капитала, на которых базируется деятельность организации – природного, физического, человеческого, интеллектуального и др.;
- содействие развитию других, близких к социальному капиталу форм капитала – человеческого и интеллектуального;
- содействие приращению и оптимальному использованию форм материального капитала.

Для измерения социального капитала организации и управления им необходимо знать его структуру. В этих целях выделяют структурную, реляционную и когнитивную составляющие капитала [8].

¹ Следует отметить, что термином «концепция социального капитала организации» в данном случае обозначаются обобщенные взгляды разных, как правило, авторитетных авторов. Формирование же цельной концепции этой формы капитала – дело будущего.

² Capitals: Background Paper for <IR>. International Integrated Reporting Council (IIRC). 2013. URL: <http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/03/IR-Background-Paper-Capitals.pdf>

Эти компоненты социального капитала имеют неразрывную связь между собой, они взаимодополняемы и выступают источниками формирования друг друга.

Структурный (structural) капитал представляет собой, пожалуй, наиболее осязаемую часть социального капитала, находящуюся на стыке материального и нематериального миров.

Некоторые авторы расширяют понятие структурного социального капитала, включая в его состав помимо таких нематериальных благ, как организационно-управленческие процессы и процедуры, также вполне реальные активы, например, объекты интеллектуальной собственности и другие «внедренные знания» [9, с. 120]. Действуя совместно, эти ресурсы образуют своего рода организационное ноу-хау, которое сфокусировано на преобразовании человеческого капитала, которым обладают работники организации, в ее ценность.

Реляционный (relational) или взаимосвязывающий капитал описывает личные взаимоотношения людей через историю их взаимодействия [8, с. 244]. Реляционный социальный капитал в концентрированном виде характеризует качество отношений и взаимодействия индивидов, а также те ресурсы, которые создаются или мобилизуются организацией посредством этих отношений. К капиталу данного рода обычно относят такие характеристики взаимоотношений, как доверие, партнерство, нормы, обязательства и другие формы вербального проявления элементов социального капитала, не имеющие материального выражения, но тем не менее оказывающие очевидное влияние на ценность организации, в том числе на ее рыночную стоимость.

Когнитивный (cognitive) социальный капитал охватывает сферу эмоционально-чувственного восприятия людей [10, с. 51]³. Посредством этого капитала такие неосознанные «активы», как общность идеалов, представлений и ценностей, которых придерживаются работники организации, соответствие идеологии и поведения организации общей системе ценностей, принятой обществом, трансформируются во внутренние и внешние предпочтения.

Однако экономические свойства такого рода благ пока остаются не вполне ясными. Вероятнее всего, они относятся к неизмеримым и

³ В отечественной литературе для обозначения этой составляющей социального капитала также используются термины «культуральный капитал», «корпоративная культура» (см., например, работу [11]).

неконтролируемым на уровне организации формам социального или человеческого капитала.

Влияние на деятельность организации

Концепт социального капитала довольно трудно рассматривать в качестве экономического блага, тем не менее почти не подвергается сомнению, что существует прямая зависимость между состоянием социального капитала и уровнем экономического развития [12–14]. Данное утверждение распространяется на весь социальный капитал и на все типы субъектов, в том числе и на фирмы (организации).

Далее приведены некоторые, отмечаемые большинством авторов, качественные последствия влияния социального капитала на результаты деятельности организации.

Для удобства последующей оценки эти эффекты локализованы в рамках двух групп в зависимости от того, за счет внутренних или внешних социальных ресурсов получены выгоды.

1. Среди основных эффектов, порождаемых *внутренним социальным капиталом организации* и ведущих к росту ее ценности для акционеров и стейкхолдеров, обычно называются:

- улучшение экономического и финансового положения организации. Все составляющие социального капитала самостоятельно или совместно вносят вклад в стоимость фирмы в виде увеличения прибыльности деятельности, роста продаж и увеличения доли рынка. Это достигается путем сокращения транзакционных издержек (например, на поиск информации и проверку контрагентов, на контроль и принуждение контрагентов к соблюдению обязательств, на координацию действий сотрудников, на взаимодействие с государственными регуляторами и пр.), а также путем повышения степени информированности потенциальных клиентов о фирме и о ее продукции;
- рост эффективности. Усилия, которые бизнес затрачивает на укрепление доверия внутри организации, а также на повышение уровня формального и неформального сотрудничества между работниками делают ненужными громоздкие процедуры контроля и тем самым приводят к снижению операционных издержек;
- рост инноваций. Уменьшение потребности в контроле и доверительные отношения между сотрудниками позволяют ускорить

информационные потоки и обмен знаниями внутри организации. В результате растет инновационная активность, разрабатываются новые продукты и процессы. Внедренные инновации и новые технологии позволяют дифференцировать компанию от конкурентов;

- повышение конкурентоспособности. Социальный капитал, представляющий собой отношения и связи между работниками, повышающие качество их взаимодействия, а также ресурсы, облегчающие доступ к разнообразным источникам информации, обеспечивает эффективное протекание процесса взаимной трансформации человеческого и интеллектуального капиталов. Данное свойство социального капитала – содействие возникновению синергетических эффектов – почти невозможно скопировать, что гарантирует организации, владеющей этим капиталом, устойчивое конкурентное преимущество;
 - содействие управлению изменениями. Развитый социальный капитал означает высокий уровень доверия между руководителями и работниками, что улучшает управляемость организацией за счет координации действий и уменьшения сопротивления изменениям.
2. К числу эффектов, создаваемых *внешним социальным капиталом*, влияющих на показатели, которыми обычно измеряется ценность фирмы, относят следующие:
- экономию на издержках обращения. Установление помимо коммерческих связей также доброжелательных отношений фирмы с поставщиками и клиентами минимизирует их оппортунистическое поведение и снижает издержки (например, за счет отказа от ведения ненужной договорной документации, от обременительных процедур мониторинга и упрощения механизмов обеспечения соблюдения контрактов);
 - увеличение продаж. Внешний социальный капитал, существующий в форме социальных сетей, позволяет компаниям выявлять новые рыночные возможности, получать стратегические ресурсы для развития и обеспечивает поддержку со стороны стейкхолдеров, что создает дополнительные преимущества на рынке и, в конечном счете, ведет к росту объемов продаж;
 - рост деловой репутации. Приверженность компании ценностям, разделяемым

большинством членов общества (социальным, экологическим, духовно-нравственным и пр.), содействие повышению общественного благосостояния ведут к признанию ее полезности и важности для общества, то есть повышают репутацию фирмы. Это в свою очередь означает упрощение доступа к общественным и частным ресурсам (а иногда и уменьшает затраты на них), расширение круга потенциальных клиентов, снижение коммерческих и некоммерческих рисков, возможность получения помощи от общества в случае возникновения проблем;

- повышение степени информированности бизнеса в вопросах политики государства. Исследования показывают, что социальный капитал в виде развитых управленческих сетей и социальных отношений, в которые помимо топ-менеджеров компаний также вовлечены представители власти, повышает устойчивость бизнеса за счет расширения возможностей для получения инсайдерской информации о предстоящих изменениях в экономической политике. Это может быть использовано компанией для получения коммерческих выгод или минимизации будущих потерь;
- общее влияние внешней среды на бизнес и его стоимость. Не секрет, что благоприятная внешняя социальная среда положительно влияет на все стороны деятельности компаний. Социальное благополучие людей, общее состояние их здоровья, уровень преступности и безопасность, состояние окружающей природной среды и другие внешние неэкономические факторы – все это в конечном счете влияет на доходность и риски практически любого бизнеса.

Таким образом, можно говорить о разностороннем и комплексном характере влияния социального капитала на многие аспекты деятельности компаний. Благодаря ему между участниками экономических отношений как внутри фирмы, так и вне ее формируются неэкономические, часто неформальные, тонкие отношения, дополняющие обычные экономические связи.

Результатом их действия становится рост эффективности и повышение устойчивости бизнеса, следовательно, создание дополнительной ценности для акционеров и стейкхолдеров компании.

Поэтому влияние различных аспектов социального капитала необходимо учитывать при разработке и принятии управленческих решений.

Анализ подходов к оценке социального капитала организации

Абстрактный характер социального капитала и отсутствие единства в его определении сильно затрудняют выработку универсальных оценочных метрик.

Социальный капитал трудно измерить и оценить прежде всего из-за «размытости» объекта измерения. Компоненты социального капитала, состоящие из различного рода отношений, обязательств и вербальных установок, многочисленны, разнообразны и, как правило, нематериальны. Условность и субъективность при идентификации компонентов социального капитала обуславливают сложность разделения причин и следствий его функционирования [15]. Оценке также препятствует то, что многие элементы социального капитала организации имеют общественную, а не индивидуальную природу [16].

Кроме того, полученная в результате измерения социального капитала величина сильно зависит от использованных инструментов и методов измерения.

Чтобы избежать неопределенности, существующей в отношении объектов и методов измерения, следует четко определить область исследования социального капитала.

Как правило, при разработке экономической стратегии фирмы наибольший интерес с точки зрения измерения социального капитала организации представляют те его формы, которые, с одной стороны, оказывают несомненное влияние на рыночную стоимость компании, а с другой, могут выступать объектами управления.

В силу этого в центре нашего внимания будет находиться та часть социального капитала организации, которая в экономической литературе часто обозначается устоявшимся термином «организационный капитал».

Обычно в состав организационного капитала включаются управленческие технологии, обеспечивающие трансформацию индивидуальных знаний в коллективное знание, а также различные организационные процедуры, системы, базы

данных, культура организации⁴. Действуя совместно, эти активы образуют своего рода организационное ноу-хау, миссия которого – служить преобразованию знаний и навыков работников в интеллектуальный капитал. Последний в свою очередь является инструментом создания дополнительной ценности для акционеров и стейкхолдеров компании [17].

При оценке стоимости организационного капитала, представляющего собой нематериальные активы, созданные внутри организации, главной является проблема как определить величину ожидаемых экономических выгод, которые будет генерировать тот или иной актив. Поскольку стоимость такого рода активов определяется их будущим использованием⁵, необходимо измерить будущие денежные потоки, возникающие вследствие использования этих активов. Соответственно, неопределенность будущих денежных потоков и (или) невозможность их соотнесения с конкретным компонентом организационного капитала создает сложности при определении стоимости.

Эти проблемы вместе с отсутствием рынка для большинства активов, составляющих организационный капитал, объясняют отказ от их учета в финансовой отчетности организаций⁶, что в ряде случаев снижает эффективность управления. Для того чтобы оценить и учесть такого рода активы лица, принимающие решения, вынуждены прибегать к нестандартным, часто приблизительным, методам оценки, приводящим к значительным погрешностям, субъективности и несопоставимости результатов.

Таким образом, проблема измерения стоимости компонентов организационного капитала имеет основополагающее значение как для их включения в финансовую отчетность [18, с. 72–77], так и для их использования при принятии решений менеджерами компаний, потенциальными инвесторами и другими стейкхолдерами.

В настоящее время известен ряд финансовых и нефинансовых моделей, которые могут быть

использованы для измерения организационного капитала.

В большинстве финансовых моделей стоимость организационного капитала определяется как текущая стоимость «подразумеваемых обязательств», фактически представляющих собой премию, которую инвесторы готовы заплатить в обмен на определенные неформальные обещания компании, юридически не закреплённые, не имеющие точных параметров и, следовательно, необязательные для исполнения обязательства, однако крайне важные для взаимоотношений между компанией и ее стейкхолдерами, в конечном счете сильно влияющие на рыночную стоимость компании⁷.

Для выполнения таких расчетов в зависимости от вида оцениваемых активов могут применяться методы дисконтированных денежных потоков, освобождения от роялти, сопоставимых сделок, исключенных затрат, построения цепочек создания ценности, экономической добавленной стоимости, соотнесения рыночной и балансовой стоимости.

Далее приведена краткая характеристика финансовых методов, применимых для расчета стоимости различных компонентов организационного капитала.

Метод дисконтированных денежных потоков (DCF model) основывается на предположении, что ценность капитала обусловлена его использованием. Исходя из этого, стоимость актива эквивалентна совокупной текущей стоимости генерируемых им будущих доходов.

Данный метод обычно используется для определения стоимости таких продуктов (то есть результатов) функционирования социального капитала организации, как технологии, программное обеспечение, соглашения о коммерческом партнерстве и о сотрудничестве с клиентами, франшизы и другие аналогичные активы, создающие достаточно четко идентифицируемые денежные потоки [15, с. 2].

Несмотря на большую популярность, модели DCF присущ ряд серьезных недостатков, ограничивающих ее применение. Прежде всего она носит субъективный характер, поскольку полученный результат сильно зависит от сделанных предположений о величине будущих денежных потоков, создаваемых оцениваемым активом [19, с. 143].

⁷ Харин А.Г. Расширенная концепция управления на основе стоимости: теория, методология, практика: монография. Калининград: БФУ им. И. Канта, 2014.

⁴ Organization for Economic Co-operation and Development, Corporate Affairs Division, Directorate for Financial and Enterprise. 2006. Intellectual Assets and value creation: Implications for corporate reporting. Paris, OECD. URL: <http://www.oecd.org/dataoecd/2/40/37811196.pdf>

⁵ Большинство составляющих организационного капитала подпадает под определение так называемых flow-доминантных активов, согласно IASB PlusIASB Agenda 2008, текущая стоимость которых, как правило, менее существенна, чем потоки денежных средств, которые они производят.

⁶ Данный подход, в частности, содержится в МСФО 38.

Другим существенным недостатком модели является сложность выбора величины ставки дисконтирования. Критики отмечают, что наиболее распространенный способ определения величины ставки дисконтирования – путем расчета средневзвешенной стоимости капитала – подходит только для компаний, имеющих простую и стабильную структуру капитала, в то время как в действительности структура капитала компании, как правило, является сложной, динамической и поэтому трудно поддается оценке [19, с. 1487]. Кроме того, при оценке организационного капитала с помощью DCF-моделей определенную трудность представляет вычленение части денежных потоков, генерируемых оцениваемым активом из общих денежных потоков фирмы.

Метод освобождения от роялти (relief from royalty method) наиболее применим к изменению стоимости объектов интеллектуальной собственности. Тем не менее этот метод (целиком или отдельные его элементы) можно использовать также при оценке других компонентов, составляющих организационный капитал, например, таких как коммерциализируемые атрибуты, являющиеся частью стратегии, системы и процессы управления бизнесом, запатентованные организационные схемы и алгоритмы решений и т.п.

Согласно данному методу, стоимость актива равна сумме дисконтированных лицензионных платежей (роялти), которые компания должна была бы уплачивать за право пользования активом в том случае, если бы он не принадлежал компании [15, с. 2].

Главный недостаток метода, как и метода DCF, состоит в сложности определения величины роялти, поскольку она зависит от таких весьма неопределенных факторов, как важность актива, степень контроля компании над его использованием, возможность создания аналогичных активов конкурентами, наличие субститутов, а также от конъюнктуры рынка аналогичных активов. Вследствие этого метод также имеет довольно высокую субъективность.

Метод сопоставимых сделок (comparable transactions model) чаще всего используется для оценки созданных внутри компании и одновременно тесно связанных с рынком нематериальных активов, таких как бренд, торговая марка, фирменные знаки, интернет-домены, контролируемые сообщества в социальных сетях (группы общения,

инициированные и поддерживаемые компанией) и т.п.

Такого рода активы, как правило, не отражаются в финансовой отчетности компании. Их трудно отделить от всего бизнеса и рассматривать как самостоятельные элементы капитала. При использовании метода сопоставимых сделок стоимость актива определяется на основе информации о рыночных ценах или о фактических расходах, понесенных при покупке активов с функциональными или техническими характеристиками, аналогичными оцениваемому [15, с. 2]. Найденная таким образом стоимость корректируется с учетом известных различий между оцениваемым активом и его аналогами.

Методу сопоставимых сделок присущи серьезные недостатки. В силу уникальности большинства компонентов социального капитала выбор компонентов-аналогов носит крайне субъективный характер. Проблематичным также является получение необходимой для анализа и расчетов информации. В результате метод способен давать лишь приблизительную величину стоимости актива. Поэтому область применения данной модели в основном ограничивается внутренним контуром компании.

Метод исключенных затрат (avoided cost model) основывается на предположении, что организационный капитал компании является частью ее гудвилла, приобретенного в результате объединения бизнеса. Алгоритм метода во многом аналогичен методу освобождения от роялти с тем отличием, что в расчетах используется историческая информация, имеющаяся внутри компании, а не субъективные предположения. Стоимость актива эквивалентна затратам на его создание, которых удалось избежать в результате обретения данного актива при объединении бизнесов.

Основу метода составляет общеэкономический принцип замены, согласно которому максимальная стоимость объекта определяется наименьшей ценой, по которой может быть приобретен или создан другой объект с аналогичной полезностью [21, с. 37].

Полученное с помощью этой модели значение является единственным компонентом гудвилла, который признается МСФО и отражается в финансовой отчетности компании.

Однако очевидно, что применение данного метода носит ограниченный характер, его корректное

использование возможно только для компаний, имеющих историю сделок по объединению бизнеса с контрольной долей участия [22].

Метод экономической добавленной стоимости (value added approach) исходит из того, что социальный капитал организации выступает важным фактором создания стоимости бизнеса. При этом, как было указано ранее, часто оказывается сложным или невозможным отделить активы, составляющие социальный капитал организации, от других активов (осязаемых и неосязаемых). Возможным решением является использование модели расчета добавленной стоимости.

Имеются как минимум две разновидности модели определения добавленной стоимости [23, с. 32]. Первая из них опирается на концепцию экономической добавленной стоимости (EVA). В экономической литературе данная концепция часто позиционируется как всеобъемлющий инструмент измерения прибавочной стоимости, генерируемой инвестициями. В связи с этим высказывается предположение, что EVA можно использовать для измерения прироста стоимости компании, создаваемого социальным капиталом [24, с. 405].

Теоретически в составе формулы для расчета величины EVA можно выделить компоненты, относящиеся к отдельным составляющим этого капитала. Однако ограничением финансовой модели EVA является то, что для расчетов показателя используется балансовая стоимость активов. Рекомендуемое авторами концепции внесение корректировок не решает проблему, поскольку подавляющая часть компонентов, составляющих социальный капитал организации, не отражается в бухгалтерской отчетности и, следовательно, они не могут быть учтены в показателе EVA [25, с. 21].

Метод построения цепочки создания стоимости (value chain scoreboard) представляет собой разновидность модели добавленной стоимости⁸. Он предполагает конструирование цепочек создания ценностей, отображающих процесс преобразования сырья в готовую продукцию. Финансовым результатом этой трансформации является создание добавленной стоимости [22, с. 326].

Идея метода заключается в том, что разница между добавленной стоимостью готовой

продукции и добавленной стоимостью компонентов, из которых продукция состоит, представляет собой стоимость, вносимую неосязаемым капиталом. Метод основывается на сопоставлении нормализованных фактических доходов компании с ожидаемыми доходами от ее материальных и финансовых активов [26, с. 80]. Разница между двумя показателями представляет собой избыточный доход, создаваемый активами, не отраженными в финансовой отчетности компании. Стоимость этих активов рассчитывается как дисконтированная стоимость генерируемых ими будущих избыточных доходов.

Как и в случае других моделей, использующих метод дисконтирования, существенной проблемой является неясность выбора величины ставки дисконтирования [27, с. 80]. Поэтому данная модель носит вспомогательный характер, например, может служить источником дополнительной информации при принятии решений об осуществлении инвестиций.

Метод соотношения рыночной и балансовой стоимости (market to net book value) определяет стоимость всего неосязаемого капитала как разницу между рыночной и балансовой стоимостью компании в конкретный момент времени.

Как и для большинства других методов измерения неосязаемых активов, общим недостатком является невозможность точно выделить долю стоимости, приходящуюся на социальный капитал. Часто используется модификация метода, предполагающая расчет индикатора, показывающего соотношение величин рыночной капитализации и восстановительной стоимости активов компании, очищенных от текущих обязательств (как вариант – стоимости чистых активов) – коэффициент Тобина. Значение коэффициента больше единицы указывает на то, что компания имеет неосязаемый капитал, который не отражен в финансовой отчетности [27, с. 423].

Сделанный краткий обзор методов финансового подхода к измерению величины социального капитала организации позволяет выделить ряд ограничений, препятствующих широкому использованию этих методов в практике управления. К таким ограничениям прежде всего относятся следующие:

- сложность точной идентификации объектов капитала, обусловленная отсутствием ясных правовых основ их функционирования,

⁸ Этот метод имеет также другое название – метод избыточной прибыли (excess earnings method).

нечеткостью границ и нередко эфемерным характером этого капитала;

- невозможность достаточно точно определить величину вклада, который капитал (а тем более его отдельные составляющие) вносит в создание стоимости компании;
- сложность (часто невозможность) оценки восстановительной стоимости отдельных активов, составляющих капитал, а также параметров генерируемых ими будущих денежных потоков (величина, риски и пр.);
- взаимозависимость и синергетические эффекты, возникающие вследствие взаимодействия различных типов активов, влияющие на их ценность;
- отсутствие статистических данных и рыночной информации, необходимых для оценки большинства составляющих капитала.

Данные ограничения существенно сужают возможности для принятия управленческих решений, связанных с созданием и использованием социального капитала организации.

Возможным выходом может стать *интеграция финансовых и нефинансовых инструментов измерения* [28; 24, с. 391].

Наиболее известными моделями, реализующими идею синтеза финансового и нефинансового подходов к оценке социального капитала на уровне фирмы, в настоящее время являются карта сбалансированных показателей (balanced scorecard) и Skandia navigator.

Данные модели направлены на то, чтобы максимально полно использовать преимущества финансовых методов измерения стоимости неосязаемых активов, одновременно сообщать о проблемах, связанных с их применением, и дополнять их важной информацией нефинансового характера, касающейся социальных аспектов деятельности компании и ее окружения.

Такой подход открывает хорошие перспективы для объективной оценки отдельных компонентов социального капитала организации. Однако названные модели вовсе не являются универсальными, во многих случаях полезными могут оказаться иные решения, специально сконструированные для того, чтобы лучше измерить «невидимые» финансовыми методами

проявления социального капитала на уровне конкретной организации. Коротко рассмотрим методические подходы, с помощью которых можно получить дополнительную информацию о социальном капитале организации, необходимую для управления.

Эмпирические исследования социального капитала, как правило, основываются на методиках, разработанных международными организациями, такими, как Всемирный банк, Организация экономического сотрудничества и развития, World Values Survey Association и др. Практические подходы к измерению социального капитала варьируются от простых методов, использующих единственный индикатор, отражающий какую-либо одну ключевую (по мнению авторов) характеристику капитала, до комплексных исследований, опирающихся на расчет сложных групп индексов.

Исследования также различаются по уровню анализа в зависимости от того, кто находится в центре их внимания – индивиды, организации, социальные группы и т.д.

Измерение социального капитала на уровне организации во многом повторяет методы, инструменты и показатели, применяемые для измерений индивидуального социального капитала, которые в настоящее время выглядят наиболее детальными и комплексными. Главное же отличие состоит в том, что на уровне организации, как правило, акцент делается на оценке экономических и социальных отношений, формирующих внутреннюю и внешнюю социальную среду организации.

Большинство измерений такого рода основываются на анкетировании, но иногда, когда возможно, используются статистические данные, а также информация, полученная из корпоративной нефинансовой отчетности. Объектом измерений в основном выступает структурный и реляционный социальный капитал.

При оценке структурной составляющей обычно исследуются характеристики социальной структуры, в которую интегрирована организация (например, широта, разнообразие, интенсивность и устойчивость связей организации с другими субъектами отношений, масштаб ее социальных сетей, наличие пробелов в сетях – «структурных дыр» и т.д.). Оценивается также вовлеченность организации в деятельность различного рода ассоциаций и доверие общества к ней.

Измерение реляционного компонента социального капитала обычно предполагает исследование отношений внутри организации и в социуме, составляющем ее непосредственное окружение.

Объектами оценки в этом случае выступают социальные связи и отношения с коллегами по работе, с клиентами, деловыми партнерами, поставщиками, а также с другими внешними стейкхолдерами. Кроме того, оценивается институциональное и межличностное доверие, характеризующее степень доверия между сотрудниками организации, а также между сотрудниками организации и представителями власти, бизнес-среды, сообщества, доверие к организации в целом.

Отметим, что разница между структурными и реляционными социальными сетями довольно условна, поскольку одни и те же объекты наблюдения могут быть отнесены и к структурному, и к реляционному капиталу в зависимости от предпочтений исследователя.

Показатели, используемые для оценки когнитивного социального капитала, в основном характеризуют поведенческий и ценностный компоненты, например, такие, как общие нормы, ценности и обязательства, общие взгляды и убеждения, разделяемые работниками организации и индивидами, составляющими ее окружение.

Количественная оценка этого компонента социального капитала организации вряд ли возможна в силу крайней субъективности и неопределенности объекта исследования.

Сомнительно (или спорно) также влияние этой составляющей социального капитала на экономические показатели. Поэтому измерение

нестоимостных факторов социального капитала организации чаще всего ограничивается его структурно-реляционной составляющей.

Названные нефинансовые показатели могут быть использованы для дополнительного учета вклада социального капитала в создание стоимости компании в той его части, которая оказывается «невидимой» для финансовых моделей.

Наличие методик измерения данных компонентов и аспектов социального капитала, разработанных авторитетными организациями, должно упрощать задачу оценки нестоимостных факторов, влияющих на финансовые результаты и на стоимость компании.

Однако на практике интеграция такого рода показателей и методов в систему управления компанией осложнена сильной зависимостью нефинансовых моделей от многих нечетко выраженных, часто субъективных обстоятельств, ограничивающих достоверность и сужающих возможности для сопоставления полученных с помощью этих моделей результатов как во времени, так и между организациями.

Поэтому основным направлением совершенствования методологии оценки социального капитала организации должно стать повышение уровня формализации комплексных методов измерений.

Такая стандартизация и универсализация не только обеспечат более высокую достоверность результатов оценки, но и сделают возможным их полноценное включение в финансовую отчетность, что повысит прозрачность компаний, имеющих такого рода активы для инвесторов и откроет дополнительные возможности для управления ими.

Список литературы

1. *Putnam R.D.* Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. N.Y., Simon and Schuster, 2001, 544 p.
2. *Coleman J.* Social Capital in the Creation of Human Capital. In: P. Dasgupta, I. Serageldin (Eds.) *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. Washington DC, The World Bank, 2000.
3. *Woolcock M., Narayan D.* Social capital: implications for development theory, research and policy. *World Bank Research Observer*, 2000, vol. 15, no. 2.
4. *Knoke D.* Organizing for Collective Action: The Political Economies of Associations. New York, Aldine de Gruyter, 1990.
5. *Fukuyama F.* The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of the Social Order. London, Profile Books, 2006, 368 p.

6. *Cohen D., Prusak L.* In *Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Boston, MA, Harvard Business School Press, 2001, 224 p.
7. *Мнацаканян А.Г., Васильев И.В.* Теория и практика финансирования воспроизводства человеческого капитала: монография. Калининград: Балтийский институт экономики и финансов, 2011. 146 с.
8. *Nahapiet J., Ghoshal S.* Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 1998, vol. 23, no. 2, pp. 242–266.
9. *Армстронг М.* Практика управления человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2004. 825 с.
10. *Harpham T.* The Measurement of Community Social Capital Through Surveys. In: Kawachi I., Subramanian S.V., Kim D. (Eds). *Social Capital and Health*. N.Y., Springer, 2008, pp. 51–62.
11. *Прохорова О.В.* Корпоративная культура как источник повышения конкурентоспособности предприятия // Балтийский экономический журнал. 2015. № 2. С. 104–112.
12. *Woolcock M.* Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 1998, vol. 27(2), pp. 151–208. doi: 10.1023/A:1006884930135
13. *Grootaert C., Bastelaer van T.* Understanding and Measuring Social Capital: A Multidisciplinary Tool for Practitioners. Washington, D.C., The World Bank, 2002.
14. *Полищук Л., Меняшев Р.* Экономическое значение социального капитала // Вопросы экономики. 2011. № 12. С. 46–65.
15. *Olsen M.G., Halliwell M., Gray R.P.* Intangible Value: Delineating between Shades of Grey. *Journal of Accountancy*, 2007, vol. 203(5), pp. 66–71.
16. *Когденко В.Г.* Анализ интегрированной отчетности: нематериальные виды капитала // Инновационное развитие экономики. 2016. № 4. С. 247–254.
17. *Найденова Ю.Н., Осколкова М.А.* Трансформация интеллектуального капитала в ценность компании в экономике знаний // Корпоративные финансы. 2011. № 2. С. 92–98.
18. *Wyatt A.* Towards a financial reporting framework for intangibles: Insight from Australian experience. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, vol. 3, iss. 1, pp. 71–86. doi: 10.1108/14691930210412872
19. *Seetharaman A., Balachandran M., Saravanan A.S.* Accounting treatment of goodwill: Yesterday, today and tomorrow. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(1), pp. 131–152.
20. *Bose S., Thomas K.* Valuation of intellectual capital in knowledge-based firms: The need for new models in a changing economic paradigm. *Management Decision*, 2007, vol. 45(9), pp. 1484–1496. doi: 10.1108/00251740710828726
21. *Бочаров В.В., Самонова И.Н., Макарова В.А.* Управление стоимостью бизнеса. СПб.: СПбГУЭФ, 2009. 124 с.
22. *Плотников В.С., Плотникова О.В.* Признание и оценка гудвилла или дохода от выгодной покупки // Сибирская финансовая школа. 2014. № 6. С. 124–130.
23. *Rodov I., Leliaert P.* FiMIAM: Financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, vol. 3(3), pp. 323–336. doi: 10.1108/14691930210435642
24. *Kannan G., Aulbur W.* Intellectual capital: Measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(3), pp. 389–413. doi: 10.1108/14691930410550363
25. *Marr B., Spender J.-C.* Measuring knowledge assets: Implications of the knowledge economy for performance measurement. *Measuring Business Excellence*, 2004, vol. 8(1), pp. 18–27. doi: 10.1108/13683040410524702

26. *Martin W.J.* Demonstrating knowledge value: A broader perspective on metrics. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(1), pp. 77–91. doi: 10.1108/14691930410512932
27. *Abeysekera I.* Intellectual accounting scorecard: measuring and reporting intellectual capital. *Journal of American Academy of Business*, 2003, vol. 3(1&2), pp. 422–427.
28. *Housel T., Nelson S.* Knowledge valuation analysis: Applications for organizational intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2005, vol. 6, iss. 4, pp. 544–557. doi: 10.1108/14691930510628816

Информация о конфликте интересов

Я, автор данной статьи, со всей ответственностью заявляю о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

SOCIAL CAPITAL OF THE ORGANIZATION: A CONCEPT AND EVALUATION TECHNIQUES**Aleksandr G. KHARIN**Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russian Federation
agkharin@yandex.ru**Article history:**Received 13 February 2017
Received in revised form
28 February 2017
Accepted 13 March 2017
Available online
27 April 2017**JEL classification:** D24, D46,
G32**Keywords:** social capital,
organizational capital, evaluation
technique**Abstract****Importance** The article addresses the concept of social capital. It considers problems related to analysis and integrated assessment of social capital of the organization from the perspective of using their results for management purposes.**Objectives** The study aims to identify the aspects of social capital, which have a significant impact on the value of the organization, and determine the areas of social capital evaluation.**Methods** The paper rests on the method of scientific abstraction. I use it to perform a critical analysis of existing methods, identify their applicability to value the social capital of the organization, and to determine development options of evaluation technique.**Results** The main results of the study include generalized ideas about the role of social capital in the creation of value to the organization, identification of promising ways to improve the methodology for measuring this type of capital.**Conclusions and Relevance** If used individually, the existing financial and non-financial models of social capital evaluation do not produce satisfactory results. Therefore, it is required to develop complex methods of measurement and improve their formalization and universality. This will ensure greater accuracy of evaluation and enable to include the evaluation results in financial statements of companies, to increase their transparency for investors, and provide additional opportunities for management.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2017

References

1. Putnam R.D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. N.Y., Simon and Schuster, 2001, 544 p.
2. Coleman J. Social Capital in the Creation of Human Capital. In: P. Dasgupta, I. Stiglitz (Eds.) *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. Washington DC, The World Bank, 2000.
3. Woolcock M., Narayan D. Social capital: implications for development theory, research and policy. *World Bank Research Observer*, 2000, vol. 15, no. 2.
4. Knoke D. *Organizing for Collective Action: The Political Economies of Associations*. New York, Aldine de Gruyter, 1990.
5. Fukuyama F. *The Great Disruption: Human Nature and the Reconstitution of the Social Order*. London, Profile Books, 2006, 368 p.
6. Cohen D., Prusak L. In *Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Boston, MA, Harvard Business School Press, 2001, 224 p.
7. Mnatsakanyan A.G., Vasil'ev I.V. *Teoriya i praktika finansirovaniya vosproizvodstva chelovecheskogo kapitala: monografiya* [Theory and practice of financing the human capital reproduction: a monograph]. Kaliningrad, Baltic Institute of Economics and Finance Publ., 2011, 146 p.
8. Nahapiet J., Ghoshal S. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 1998, vol. 23, no. 2, pp. 242–266.
9. Armstrong M. *Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami* [Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice]. St. Petersburg, Piter Publ., 2004, 825 p.

10. Harpham T. The Measurement of Community Social Capital Through Surveys. In: Kawachi I., Subramanian S.V., Kim D. (Eds). *Social Capital and Health*. N.Y., Springer, 2008, pp. 51–62.
11. Prokhorova O.V. [Corporate culture as a source of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Baltiiskii ekonomicheskii zhurnal = Baltic Journal of Economics*, 2015, no. 2, pp. 104–112. (In Russ.)
12. Woolcock M. Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 1998, vol. 27(2), pp. 151–208. doi: 10.1023/A:1006884930135
13. Grootaert C., Bastelaer van T. Understanding and Measuring Social Capital: A Multidisciplinary Tool for Practitioners. Washington, D.C., The World Bank, 2002.
14. Polishchuk L., Menyashev R. [Economic importance of social capital]. *Voprosy Ekonomiki*, 2011, no. 12, pp. 46–65. (In Russ.)
15. Olsen M.G., Halliwell M., Gray R.P. Intangible Value: Delineating between Shades of Grey. *Journal of Accountancy*, 2007, vol. 203(5), pp. 66–71.
16. Kogdenko V.G. [Analysis of integrated reporting: Types of intangible capital]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki = Innovative Development of Economy*, 2016, no. 4, pp. 247–254. (In Russ.)
17. Naidenova Yu.N., Oskolkova M.A. [Transformation of intellectual capital into company's value in the knowledge-based economy]. *Korporativnye finansy = Corporate Finance*, 2011, no. 2, pp. 92–98. (In Russ.)
18. Wyatt A. Towards a financial reporting framework for intangibles: Insight from the Australian experience. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, vol. 3, iss. 1, pp. 71–86. doi: 10.1108/14691930210412872
19. Seetharaman A., Balachandran M., Saravanan A.S. Accounting treatment of goodwill: Yesterday, today and tomorrow. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(1), pp. 131–152.
20. Bose S., Thomas K. Valuation of intellectual capital in knowledge-based firms: The need for new models in a changing economic paradigm. *Management Decision*, 2007, vol. 45(9), pp. 1484–1496. doi: 10.1108/00251740710828726
21. Bocharov V.V., Samonova I.N., Makarova V.A. *Upravlenie stoimost'yu biznesa* [Business value management]. St. Petersburg, Saint Petersburg State University of Economics and Finance Publ., 2009, 124 p.
22. Plotnikov V.S., Plotnikova O.V. [Recognition and measurement of goodwill or bargain purchase gain]. *Sibirskaya finansovaya shkola = Siberian Financial School*, 2014, no. 6, pp. 124–130. (In Russ.)
23. Rodov I., Leliaert P. FiMIAM: Financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*, 2002, vol. 3(3), pp. 323–336. doi: 10.1108/14691930210435642
24. Kannan G., Aulbur W. Intellectual capital: Measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(3), pp. 389–413. doi: 10.1108/14691930410550363
25. Marr B., Spender J.-C. Measuring knowledge assets: Implications of the knowledge economy for performance measurement. *Measuring Business Excellence*, 2004, vol. 8(1), pp. 18–27. doi: 10.1108/13683040410524702
26. Martin W.J. Demonstrating knowledge value: A broader perspective on metrics. *Journal of Intellectual Capital*, 2004, vol. 5(1), pp. 77–91. doi: 10.1108/14691930410512932
27. Abeysekera I. Intellectual accounting scorecard: Measuring and reporting intellectual capital. *Journal of American Academy of Business*, 2003, vol. 3(1&2), pp. 422–427.

28. Housel T., Nelson S. Knowledge valuation analysis: Applications for organizational intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2005, vol. 6, iss. 4, pp. 544–557. doi: 10.1108/14691930510628816

Conflict-of-interest notification

I, the author of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.