

УДК 331.4(045)

*Г.В. Соболева, Е.И. Зуга***ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КАПИТАЛА У РАБОТНИКОВ КОМПАНИИ**

Оценка инвестиционной привлекательности компании в настоящее время часто выходит за пределы классических экономических подходов. Все большее количество инвесторов при формировании инвестиционной стратегии обращают внимание на применение ESG-принципов при построении бизнес-модели компании. Те компании, которые пренебрегают концепцией устойчивого развития, попадают в зону высоких инвестиционных рисков. В статье оценивается наличие инвестиционных рисков для российских компаний с учетом ESG-подходов в части социального управленческого аспекта в вопросах гендерного паритета. В исследовании были оценены возможности компаний соответствовать требованиям гендерного паритета таким образом, чтобы их социальные и управленческие показатели в соответствии с ESG-подходом положительно оценивались потенциальными инвесторами. С помощью методики Сандры Бем были оценены результаты действий компаний в части формирования качеств работников, которые способствуют их успешной карьере вне зависимости от их гендерной принадлежности и, следовательно, достижения компаниями высоких показателей при оценке ESG-факторов. Итоги исследования позволяют утверждать, что для российских компаний существуют высокие риски получения негативных оценок. Причина в том, что текущая политика в области гендерного паритета не позволяет компаниям добиваться положительных результатов, поскольку не предполагает воздействия на ключевые характеристики работников, из которых складывается социальный капитал. Выводы проведенного исследования следует учитывать компаниям для формирования эффективной гендерной стратегии.

*Ключевые слова:* устойчивое развитие, стандарт глобальной инициативы по отчетности (GRI), нефинансовая отчетность, ESG-факторы, гендерный паритет, персонал.

DOI: 10.35634/2412-9593-2024-34-3-467-473

В современных условиях инвестиционная привлекательность компании зависит от многих факторов и не исчерпывается только экономическими. Общество обращает внимание на политики и практики компаний, которые они применяют в своей деятельности. В рамках стратегии устойчивого развития при оценке деятельности компании особое внимание уделяется проблемам, определяемым ESG-факторами, которые включают экологические, социальные и управленческие аспекты.

Мировое сообщество работает над различными мерами для достижения поставленных целей и создания приоритетов для компаний, функционирующим согласно принципам устойчивого развития и демонстрирующим ответственное отношение к ним. И, напротив, для компаний, пренебрегающих данными принципами, возникают значительные инвестиционные риски. В конце 2021 г. компания Ernst & Young провела опрос среди институциональных инвесторов: страховых и инвестиционных компаний, пенсионных и благотворительных фондов, согласно которому более 70 % институциональных инвесторов откажутся инвестировать в компании со слабыми результатами в сфере ESG [1]. Опрос компании PWC 2022 г. показал, что инвесторы считают, что для компаний важно сообщать об актуальности устойчивого развития для бизнес-модели компании (69 %) и о затратах на выполнение обязательств по обеспечению устойчивого развития (73 %) [2].

Коммерческие компании должны не только согласовывать свою стратегию с целями устойчивого развития, но выполнять требования по обеспечению доступности, прозрачности и верификации сведений об успехах компании через представление нефинансовой корпоративной отчетности. Все больше компаний, в том числе и российских, при составлении отчетности пользуются едиными подходами по раскрытию информации в соответствии с GRI-стандартами. Более того, в настоящее время заинтересованные пользователи все чаще не удовлетворяются наличием информации в нефинансовой отчетности компаний, а требуют ее квалифицированной верификации. Опрос ноября 2022 г. показал, что почти все опрошенные инвесторы используют раскрытие информации (ESG) компаниями как часть процесса принятия инвестиционных решений, в том числе 74 % респондентов применяют строгий и структурированный подход [2].

В российской практике верификацию нефинансовой отчетности производит Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП РФ). Кроме того, подтверждение информации, представленной в отчетности, для представления ее квалифицированным инвесторам, проводится аудито-

рами в рамках специальных заданий. Особое внимание при анализе социальных и управленческих факторов уделяется достижению гендерного равенства в компании, поскольку влияние гендерных показателей на успешность стратегии достаточно велико. Проведенные исследования свидетельствуют, что 74,7 % компаний в мире выделяют гендерные вопросы в числе приоритетных.

Значимость нефинансовой отчетности тем более велика, что она является механизмом взаимодействия с инвесторами. Лучшие правила существуют в развитых странах, там проводится больше научных исследований, и хуже обстоят дела в развивающихся странах. И компании именно из этих стран теряют потенциальные инвестиции из-за несоблюдения раскрытия в отчетности ESG-стандартов [3].

В Российской Федерации только отдельные компании-лидеры серьезно относятся к данным проблемам. Проведенные исследования позволяют утверждать, что 75 % крупнейших российских компаний не раскрывают какие-либо аспекты гендерной информации в своей отчетности и не имеют системной гендерной политики [4]. Это означает, что в случае стандартизированного раскрытия информации в соответствии с GRI-стандартами их данные будут негативно оценены инвесторами. Для того, чтобы избежать негативного сценария, компаниям следует активно изучать и внедрять современные передовые практики социальных и управленческих стандартов.

В последние годы основной фокус гендерной тематики – как преодолеть невидимые барьеры, так называемый «стеклянный потолок», которые не позволяют женщинам занимать руководящие должности в профессии. Исследования показали, что в профессии только небольшая группа женщин достигает руководящих должностей [5; 6]. Это характерно даже для тех областей деятельности, где количество женщин традиционно является преобладающим. Например, в области бухгалтерского учета в США женщины имеют более половины дипломов о высшем образовании и занимают более половины должностей в области бухгалтерского учета и аудита, но только примерно 22 % являются партнерами и директорами [7-9]. Такая картина характерна и для российских компаний, где 80 % работающих в профессии – женщины, а доля женщин в управляющих органах достигает только 35 % [4].

Отсутствие гендерного паритета на высшем уровне доказывает, что введение только законодательных преференций для женщин не может дать эффективного решения гендерных проблем. Становится все более важно понимать, как гендер влияет на поведение, процесс и результаты переговоров и, следовательно, на качество работы, с одной стороны. С другой стороны, пристальное внимание должно уделяться социальной среде, доминирующей в компании, поскольку социальные факторы оказывают значительное влияние на структуру человеческой психики и, следовательно, на успешность личности в зависимости от доминирующей социальной модели компании.

В нашей стране эти вопросы давно и серьезно рассматривались в науке. Так, Л. С. Выготским обоснована ведущая роль исторически развивающейся человеческой культуры в становлении и функционировании индивидуальной психики. По его мнению, первичные формы психики человека (его сознания) существуют объективно вне каждого конкретного индивида в социокультурном пространстве общества в виде так называемой идеальной формы, которая в результате взаимодействия индивида с другими людьми переходит в его внутренний индивидуальный план, превращаясь в реальную форму психики человека (его сознания). При этом процесс возникновения реальной формы является опосредованным, т. е. осуществляется исключительно с помощью посредников идеальной формы. Именно через них и только через них культура входит в индивида и соответственно индивид входит в культуру, становясь личностью [10; 11].

Как указывает Ciancanelli [12], социальные роли в организациях (и обществе) вытекают не из биологических различий, а из социальных конструкций. И в двадцатом веке проблема доминирующей в профессиях социальной модели постоянно находится в фокусе исследователей. Причем большинство из них доказывают, что мужские гендерные стереотипные модели, которые характеризуются такими атрибутами как рациональность, беспристрастность и логика, обеспечивают доминирование в профессии.

Все большее число исследований в профессиональной сфере фокусируется на различиях между женщинами и мужчинами [13; 14]. Такие исследования выявляют различия, которые могут быть значимыми для успешной карьеры женщин. Считается, например, что женщины менее уверены в себе, чем мужчины [15; 16]. Кроме того, в меньшей степени обладают навыками лидерства и управления командой. Совокупность этих характеристик исследователи называют «социальным капиталом», который должен быть сформирован у личности для ее успешного карьерного роста. Именно поэтому

простое увеличение обязательных квот для женщин без изменения социальных моделей недостаточно для решения проблем [17].

Correll [18] утверждает, что многие исследования объясняют гендерную сегрегацию в профессиях со стороны модели компании, но лишь немногие изучают то, как мужчины и женщины развиваются в профессии, как меняются их социальные портреты и как это может способствовать их карьерным достижениям.

Исследование Jones [19], посвященное личностным устремлениям, выявило несколько сходств и различий между полами, что имеет значение для фирм, желающих устранить восприятие «стеклянного потолка». В целом, сотрудники, которые смогли развить гибкость и инициативность, а также участвовали в программах наставничества и лидерства, достигали значительно больших успехов [19]. Программы по увеличению социального капитала работника, например, расширенные программы наставничества и лидерства, оказались приоритетными для карьерного успеха [20]. Подчеркивание важности накопления социального капитала имеет решающее значение для продвижения женщин в своих компаниях [21]. По мере продвижения по служебной лестнице многозадачность становится все более важной, наряду с навыками управления, лидерства, обслуживания клиентов, технических и практических навыков [21].

Согласно исследованию Jones & Iyer [19], значительно более высокая доля сотрудников-мужчин по сравнению с сотрудниками-женщинами стремятся стать партнерами. И существенная разница в устремлениях сохраняется на всех должностях, кроме должности директора. Их исследование также показало, что те, кто участвовал в программе лидерства или имеет наставника, с большей вероятностью стремятся к партнерству. Таким образом, данные подходы позволяют формировать новую социальную модель. Авторы называют это доступом к социальному капиталу и полагают, что это может помочь уменьшить неравенство между полами [19]. Bennett [22] в официальном документе АКСРА утверждает, что женщины имеют неравный доступ к наставникам и защитникам, которые могут помочь им в продвижении по службе, утверждая, что сознательно или бессознательно стили лидерства основаны на культуре, в которой доминируют мужчины. Существует нехватка женских образцов для подражания.

При этом не существует серьезных различий интеллектуально-ментальных характеристик между мужчинами и женщинами на этапе обучения. Wessels and Steenkamp [23] изучили отношение студентов к бухгалтерам в Южной Африке и не обнаружили различий между полами. Callaghan and Parageorgiou [24] показали, что студентки-женщины берут на себя больше личной ответственности за свою учебу, чем студенты-мужчины.

Таким образом, компания не может надеяться на введение формализованных требований по разработке полноценной и эффективной гендерной политики. Значит, необходимо введение эффективных социальных практик, основанных на современных достижениях социологии и психологии. Для этого следует оценить, какими именно качествами обладают мужчины и женщины на входе в профессию, какие навыки и характеристики им следует развивать, каким образом организовывать социальную среду компании, как проводить профессиональные тренинги, которые будут наращивать не только профессиональные навыки, но и необходимый социальный капитал.

Для проведения глубокой социальной оценки качеств личности сотрудников с учетом гендерных особенностей следует применять специальные методики. В данном исследовании будет использована методика Сандры Бем. Она предполагает анкетирование с помощью стандартизированного опросника. Данный опросник необходим для диагностики психологического пола респондента и в результате дает представление о типе его личности: маскулинный, феминный, андрогинный. В качестве теоретического основания используется концепция андрогинии С. Бем. Под андрогинией понимается сочетание традиционно женских и мужских черт, которое обуславливает способность человека варьировать поведение в зависимости от ситуации. «Важность концепции андрогинии заключается в том, что она дает возможность осознания одинаковой привлекательности качеств, традиционно считающихся женскими и мужскими» [25]. Это весьма актуально в рамках анализа цели устойчивого развития № 5 Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей всех женщин и девочек, поскольку в обществе часто именно мужские качества считаются «более нормативными и желательными» [25].

В данном опроснике респондент отвечает только «да» или «нет», определяя тем самым наличие или отсутствие у себя определенного качества (например, жизнерадостность, независимость, спокойствие и др.). Всего выделено 60 качеств.

Тип личности определялся по индексу маскулинности-феминности ( $I$ ) (Табл. 1).

Таблица 1

**Интерпретация значения индекса маскулинности-феминности  
с целью определения типа личности**

Тип личности	Значение индекса	Тип личности	Значение индекса
Маскулинный	$I < -1$	Ярко выраженная маскулинность	$I < -2,025$
Андрогинный	$-1 < I < 1$		
Феминный	$I > 1$	Ярко выраженная феминность	$I > 2,025$

Источник: [25]

Для реализации цели и задач исследования проведено выборочное обследование. Его цель заключается в том, чтобы выявить, какие доминирующие характеристики присущи мужчинам и женщинам на этапе входа в профессию и какие качества они приобретают в ходе профессионального развития. Первая группа респондентов включает студентов 3-4 курсов экономического факультета профиля «Финансы, кредит, страхование и учет». Объем выборки составляет 51 человек. Вторая группа респондентов включает профессионалов в области аудита. Объем выборки составляет 44 человека (Табл. 2). Обе выборки построены в единой профессиональной среде, что позволяет отследить влияние последней на модификацию характеристик.

Таблица 2

**Распределение респондентов по полу**

Пол	Студенты		Профессионалы		Всего	
	Количество человек	%	Количество человек	%	Количество человек	%
Мужской	16	31,37	17	38,64	33	34,74
Женский	35	68,63	27	61,36	62	65,26
Всего	51	100,00	44	100,00	95	100,00

Источник: составлено авторами.

Заметное преобладание респондентов женского пола объясняется прежде всего спецификой изучаемой профессиональной среды, где по экспертным оценкам около 80 % занятых – женщины.

Для проводимого исследования имеет значение масштаб компании, в которой работают респонденты-профессионалы: в крупной – 33 (75 %), в средней – 7 (15,91 %) и в малой – 4 (9,09 %), а также их позиция в ней. Все позиции были условно разделены на три типа: линейный руководитель – 7 (15,91 %), руководитель старшего звена – 6 (13,64 %), специалист – 31 (70,45 %). Все респонденты-профессионалы были распределены по возрасту по пяти группам (Табл. 3).

Таблица 3

**Распределение респондентов-профессионалов по возрасту**

Возраст, лет	Количество человек	%
До 25	16	36,36
26-35	8	18,18
36-45	9	20,46
46-55	10	22,73
56 и старше	1	2,27
Всего	44	100,00

Источник: составлено авторами

Были получены следующие результаты по распределению респондентов по типам личности (Табл. 4). Преимущественно выделяется андрогинный тип личности в обеих группах респондентов.

Таблица 4

## Распределение респондентов по типам личности

Тип личности	Студенты		Профессионалы	
	Количество респондентов	%	Количество респондентов	%
Маскулинный	4	7,84	3	6,82
Андрогинный	41	80,39	38	86,36
Феминный	6	11,76	3	6,82
Всего	51	100	44	100

Источник: составлено авторами.

Женщины-респонденты чаще отмечают у себя наличие следующих качеств: адаптивность, приспособляемость, способность помочь, тактичность, умение уступать. Все перечисленные качества относятся к числу «женских». Мужчины-респонденты отмечают такие качества, как: аналитичность, вера в себя, собственная позиция, способность помочь. Все названные качества относятся к «мужским» (Табл. 5).

Таблица 5

## Наиболее типичные качества женщин и мужчин среди студентов 3-4 курсов

Качества женщин	%	Качества мужчин	%
<b>Способность помочь</b>	100	<i>Аналитичность</i>	100
Адаптивность, приспособляемость	97,14	<i>Вера в себя</i>	100
Тактичность	97,14	<i>Собственная позиция</i>	100
Умение уступать	97,14	<b>Способность помочь</b>	100

Источник: составлено авторами.

Из табл. 5 видно, что респонденты из студенческой среды схожи способностью помочь, остальные же качества принципиально различаются. Таким образом, на этапе профессионального становления мужчины-респонденты в большей степени обладают качествами, значимыми для лидерства и управления и являющимися обязательными для формирования социального капитала. К сожалению, у большинства респондентов-женщин сильнее развиты качества, которые позволяют им стать скорее эффективными исполнителями.

У мужчин и женщин профессионалов заметны изменения. Для женщин становятся типичны преданность и умение сочувствовать. У мужчин к ранее присутствовавшим качествам добавились адаптивность, приспособляемость и надежность. По-прежнему, способность помочь типична для обоих полов (Табл. 6).

Таблица 6

## Наиболее типичные качества женщин и мужчин – профессионалов

Качества женщин	%	Качества мужчин	%
Преданность	100	Адаптивность, приспособляемость	100
<b>Способность помочь</b>	100	<i>Аналитичность</i>	100
Умение сочувствовать	100	<i>Вера в себя</i>	100
		Надежность	100
		<b>Способность помочь</b>	100

Источник: составлено авторами

Наименее характерные черты (20 % и менее от числа респондентов соответствующего пола) включают: у мужчин – несистематичность, которую отметили у себя 18,75 % респондентов, женственность и инфантильность – по 12,5% респондентов; у женщин – тщеславие и малорезультативность – по 20 % респондентов.

Таким образом, результаты исследования позволяют утверждать, что на входе в профессиональную среду респонденты-женщины не обладают в должной мере теми необходимыми качествами,

которые попадают в число значимых для «социального капитала» профессионала. В то же время респондентам-мужчинам свойственны: аналитичность, вера в себя, собственная позиция, надежность и пр., которые в дальнейшем способствуют формированию лидерских качеств и помогают карьерному росту. В ходе профессионального развития эти качества только усиливаются и подкрепляются. Ситуация у женщин противоположная: лидерские качества не проявляются, а вновь приобретенные – являются признаками скорее «исполнителя».

При оценке результатов, получаемой в профессиональной группе в целом, очевидно, что набор ключевых характеристик, формирующих социальный капитал, у гендерных групп не изменился – сохранился и усилился с развитием карьеры у мужчин и не появился у женщин. Можно предположить, что в компаниях не применяют практики, направленные на формирование социального капитала. В таких условиях мужчины имеют приоритет в карьерном развитии благодаря их личностным качествам.

В качестве заключения, можно сформулировать предложения для формирования эффективной гендерной политики компании. Такая политика должна быть направлена на изменение ключевых характеристик работников и формирование у женщин характеристик, ведущих к развитию социального капитала, в первую очередь, лидерских качеств, умения работать в команде и руководить ею. Это может быть реализовано через тренинги, систему наставничества и другие подобные практики. При этом все должно быть включено в гендерную политику компании, что позволит достигать гендерного паритета, полноценно раскрывать в нефинансовой отчетности усилия компании в области устойчивого развития и тем самым будет способствовать снижению инвестиционных рисков.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. How can corporate reporting bridge the ESG trust gap? EY Global Corporate Reporting and Institutional Investor Survey November 2022. URL: [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en\\_gl/topics/assurance/assurance-pdfs/ey-global-reporting-survey-report-2022.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/assurance/assurance-pdfs/ey-global-reporting-survey-report-2022.pdf) (дата обращения: 01.08.2023)
2. The ESG execution gap: What investors think of companies' sustainability efforts PwC's Global Investor Survey 2022 URL: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/esg/global-investor-survey-2022.html> (дата обращения: 01.08.2023)
3. Tilt C.A. Making Social and Environmental Accounting Research Relevant in Developing Countries: A Matter of Context? // *Social and Environmental Accountability Journal*. 2018. № 38 (2). P. 145-150. DOI: 10.1080/0969160X.2018.1489296.
4. Соболева Г.В., Зуга Е.И. Вовлеченность российских компаний в реализацию ESG-повестки: социальный и корпоративный аспект в контексте нефинансовой отчетности. // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика*. 2022. № 38 (3). С. 365–384. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu05.2022.302>
5. Broadbent J. A gender agenda // *Meditari Accountancy Research*. 2016. № 24 (2). P. 30. DOI: <https://doi.org/10.1108/MEDAR-07-2015-0046>
6. Богомолова Ю.И., Суетин А.Н. Экономические особенности системы управления человеческими ресурсами Республики Корея // *Вестн. Удм. ун-та. Сер. Экономика и право*. 2022. Т. 32, вып. 3. С. 418-424.
7. AICPA, 2017. URL: <https://www.aicpa-cima.com/home> (дата обращения: 01.08.2023)
8. Deloitte. 2017. URL: <https://www.deloitteconsultinggroup.com/> (дата обращения: 01.08.2023)
9. National Association of State Boards of Accountancy (NASBA). URL: <https://nasba.org/media-resources/publications/> (дата обращения: 01.08.2023)
10. Зинченко В.П. От классической к органической психологии // *Вопросы психологии*. 1996. № 5.
11. Выгодский Л.С. История развития высших психологических функций // *Психологическая наука и образование*. 1996. № 2. С. 5-8.
12. Ciancanelli P. M[othering] view on: the construction of gender: some insights from feminist psychology // *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 1992. № 5 (3). P. 133-146. DOI: 10.1108/EUM0000000001936
13. Hardies K., Breesch D., Branson J. Female auditors in Belgium: Striking figures and facts // *Accountancy and Bedrijfskunde*. 2010. № 30 (4). P. 15–28.
14. Ittonen K., Peni E., Vähämaa S. Female auditors and accruals quality // *Accounting Horizons*. 2013. № 27 (2). P. 205–228. DOI:10.2139/ssrn.2060797
15. Ittonen K., Peni E. Auditor's gender and audit fees // *International Journal of Auditing*. 2012. № 16 (1). P. 1–18. DOI:10.1111/j.1099-1123.2011.00438.x
16. Croson R., Gneezy U. Gender differences in preferences // *Journal of Economic Literature*. 2009. № 47 (2). P. 448–474. DOI: 10.1257/jel.47.2.448
17. Young J.J. (En)gendering sustainability // *Critical perspectives on accounting*. 2015. № 26 (C). P. 67-75. DOI: 10.1016/j.cpa.2013.06.002
18. Correll S.J. Constraints into preferences: Gender, status, and emerging career aspirations // *American Sociological Review*. 2004. № 69 (1). P. 93–113. DOI: <https://doi.org/10.1177/000312240406900106>

19. Jones A., Iyer, V. M. Who Aspires to be a Partner in a Public Accounting Firm? A Study of Individual Characteristics and Gender Differences // *Accounting Horizons*. 2020. № 34 (3). P. 129-151. DOI: 10.2308/horizons-18-168
20. Seibert S.E., Kraimer M.L., Liden R.C. A Social Capital Theory of Career Success // *The Academy of Management Journal*. 2001. № 44 (2). P. 219-237. DOI: <https://doi.org/10.2307/3069452>
21. Kumra S., Vinnicombe S. Impressing for success: A gendered analysis of a key social capital accumulation strategy // *Gender, Work and Organization*. 2010. № 17 (5). P. 521–546. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2010.00521.x>
22. Bennett M.L. The attraction, retention and advancement of women leaders: Strategies for organizational sustainability. 2013. URL: [https://www.aicpa.org/Career/WomenintheProfession/DownloadableDocuments/10928-378\\_Business%20Case%20brochureFINAL.pdf](https://www.aicpa.org/Career/WomenintheProfession/DownloadableDocuments/10928-378_Business%20Case%20brochureFINAL.pdf) (дата обращения: 01.08.2023)
23. Wessels P.L., Steenkamp L.P. An investigation into students' perceptions of accountants // *Meditari Accountancy Research*. 2009. № 17 (1). P. 117-132. DOI: 10.1108/10222529200900008
24. Callaghan C., Papageorgiou E. Gender differences in locus of control and student performance in the South African context of accounting studies // *Meditari Accountancy Research*. 2015. № 23 (3). P. 348-368. DOI: 10.1108/MEDAR-02-2014-0018
25. Психодиагностические методики изучения гендерных особенностей личности [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов, обуч. по специальностям 1-86 01 01 «Социальная работа (по направлениям)» и 1-23 01 04 «Психология» / сост. Е.Д. Беспанская-Павленко. Минск: БГУ, 2013.

Поступила в редакцию 20.08.2023

Соболева Генриэтта Валентиновна, кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры статистики, учета и аудита  
E-mail: [g.v.soboleva@spbu.ru](mailto:g.v.soboleva@spbu.ru)

Зуга Екатерина Игоревна, кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, учета и аудита  
E-mail: [e.zuga@spbu.ru](mailto:e.zuga@spbu.ru)

Санкт-Петербургский государственный университет  
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7-9

**G.V. Soboleva, E.I. Zuga**

## **FORMATION OF SOCIAL CAPITAL OF THE COMPANY'S EMPLOYEES**

DOI: 10.35634/2412-9593-2024-34-3-467-473

In today's world, evaluating a company's investment attractiveness often goes beyond traditional economic approaches. More and more investors pay attention to the application of ESG principles in building a company's business model when determining an investment strategy. Companies that neglect the concept of sustainable development are exposed to high investment risk. The paper assesses the existence of investment risks for Russian companies that consider ESG approaches to the social management aspect of gender parity issues. The study assesses the ability of companies to meet the requirements of gender parity so that their social and management performance in accordance with the ESG approach is positively evaluated by potential investors. Using Sandra Bem's methodology, the results of companies' actions in terms of training employees to contribute to a successful career regardless of their gender and, consequently, the achievement of high performance of companies in the evaluation of ESG factors were evaluated. The results of the study show that Russian companies are at high risk of receiving a negative rating. This is due to the fact that the current gender parity policy does not allow companies to achieve positive results, as it does not aim to influence the key characteristics of employees that constitute social capital. The results of the study should be taken into account by companies when developing an effective gender strategy.

**Keywords:** sustainable development, Global Reporting Initiative, non-financial reporting, ESG factors, gender parity, employee.

Received 20.08.2023

Soboleva G.V., Candidate of Economics, Associate Professor at Department of statistics, accounting and audit  
E-mail: [g.v.soboleva@spbu.ru](mailto:g.v.soboleva@spbu.ru)

Zuga E.I., Candidate of Economics, associate professor of the Department of statistics, accounting and audit  
E-mail: [e.zuga@spbu.ru](mailto:e.zuga@spbu.ru)

Saint Petersburg State University  
Universitetskaya Embankment, 7-9, Saint Petersburg, Russia, 199034