

УДК 331.107.266

Мельничук Л.С.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри економіки підприємства

Чорноморського державного університету імені Петра Могили

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

NATURE AND SIGNIFICANCE OF SOCIAL INVESTMENT

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто сутність та суб'єкти соціальних інвестицій. Визначено роль соціального інвестування в процесі стійкого суспільного розвитку та його характеристика. Проаналізовано напрями соціально відповідального інвестування у світовій практиці та сучасний стан соціально-інвестиційного розвитку в Україні. Зроблено висновок щодо проблем та перспектив розвитку політики соціальних інвестицій в Україні.

Ключові слова: соціальні інвестиції, людський капітал, корпоративна соціальна відповідальність, спонсорство, благодійність, етичне інвестування.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены сущность и субъекты социальных инвестиций. Определены роль социального инвестирования в процессе устойчивого общественного развития и его характеристика. Проанализированы направления социально ответственного инвестирования в мировой практике и современное состояние социально-инвестиционного развития в Украине. Сделан вывод о проблемах и перспективах развития политики социальных инвестиций в Украину.

Ключевые слова: социальные инвестиции, человеческий капитал, корпоративная социальная ответственность, спонсорство, благотворительность, нравственное инвестирование.

ANNOTATION

The article examines the nature and subject of social investment. The role of social investment in the sustainable social development and its characteristics is defined. Socially responsible investment trends in the world and the current state of social and investment development in Ukraine are analyzed. The conclusion on the problems and prospects of social policy investments in Ukraine is made.

Keywords: social investment, human capital, corporate social responsibility, sponsorship, charity ethical investment.

Постановка проблеми. У сучасному світі людський, інтелектуальний і соціальний капітал стають основою багатства, визначають конкурентоспроможність економічних систем та є ключовим ресурсом її розвитку. В останні роки в Україні питання про соціальну відповідальність бізнесу постало особливо гостро, оскільки через низку причин держава сьогодні не в змозі забезпечити прийнятний рівень соціальної захищеності людей. Установлені мінімальні соціальні гарантії, нагальні соціальні проблеми не вирішуються, механізми соціальної допомоги показують свою неефективність. Отже, розвиток суспільства потребує уваги до соціального інвестування як до цілеспрямованого вкладення ресурсів у розвиток соціальної сфери, тобто сфери, де саме формується і нарощується людський, інтелектуальний і соціальний капітал. Соціальні інвестиції є основним інструментом і важливою ознакою соціальної відповідальності на всіх рівнях, що здійсню-

ються з метою одержання корисного суспільного ефекту в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням політики реалізації соціальних інвестицій у практиці компаній займаються такі вітчизняні автори, як Є.В. Балацький, О.В. Бандирська, А.В. Бондаренко, А.Ф. Векслер, Г.В. Герасименко, Е.М. Лібанова, М.І. Либоракина, С.Є. Литовченко, Н.А. Супрун, Г.Л. Тульчинський, С.В. Туркін, Н.А. Шибаева, В.М. Якимець та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз виявив розбіжності у трактуванні та класифікації соціальних інвестицій. Дискусії щодо соціально-економічної сутності соціальних інвестицій та їх вплив на сталий розвиток ще не отримали фундаментального та комплексного відображення в соціальній економічній літературі, що зумовлює актуальність дослідження.

Мета статті полягає в узагальненні понятійної сутності категорії «соціальні інвестиції», аналізі напрямів соціально відповідального інвестування у світовій практиці та сучасного стану соціально-інвестиційного розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В історичному плані перші практики соціального, або «етичного», інвестування простежується в діяльності релігійних громад, чий настанови пропагували сприяння миру та ненасильству, у результаті чого послідовники вчень відмовлялись від інвестування у виробництво та продаж військової техніки та обладнання, алкогольних виробів та тютюну, а також у розвиток грального бізнесу. Перші спроби практичного використання соціальних критеріїв під час впровадження інвестиційних проектів стають помітними в діяльності великих корпорацій у 1960-х роках. Зокрема, Фонд Форда проголосив, що соціальні інвестиції стануть частиною його філантропічних програм за допомогою вкладень низької окупності в розвиток мікрокредитування, житлових програм, охорони навколишнього середовища [1].

В історії української культури соціальні інвестиції не є новим явищем, традиції інвестування в добробут і розвиток суспільства були закладені ще в ХІХ ст. Меценатством займалися великі підприємці, серед яких насамперед слід назвати родини Терещенків, Ханенків, Тарнов-

ських, а також персонально – М. Дегтерєва, Є. Чекаленка, Л. Бродського та ін. Благодійницька діяльність українських індустріальних магнатів і великих землевласників створювала можливість для незаможних прошарків населення отримати матеріальну підтримку, бути залученим до більш-менш повноцінного громадського життя [2, с. 64].

У контексті поступального руху України до стійкого суспільного розвитку великого значення набуває виявлення та реалізація основних його факторів. Основними соціальними складовими механізму стійкого розвитку є: соціальна відповідальність, соціальна інтеграція, подолання масової апатії та утриманських настроїв у суспільстві, ефективна підтримка нужденних, висока якість населення, ефективний працівник та ефективний власник [3, с. 7]. Соціальні інвестиції є інтегрованим фактором стійкого суспільного розвитку.

Визначення соціальних інвестицій бізнесу українськими вченими-економістами трактується як матеріальні, технологічні, управлінські чи інші ресурси, а також фінансові кошти компаній, що направляються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у припущенні, що в стратегічному відношенні компанією буде отриманий певний (хоча і не завжди і не просто вимірюваний) соціальний і економічний ефект [4, с. 66].

Соціальне інвестування, на думку А.В. Бондаренко, Л.О. Омелянович, – це спосіб реалізації корпоративної соціальної відповідальності за допомогою цільових програм, які відповідають потребам основних груп зацікавлених осіб – споживачів, персоналу, місцевих громад. Соціальному інвестуванню властиві основні характеристики інвестування за винятком критерію, що розмежовує ці поняття, – об'єкта інвестування [5, с. 201].

Сьогодні соціальними інвестиціями на мікрорівні можна вважати вкладення домогосподарствами й окремими особами певних коштів для свого розвитку взагалі та для отримання соціальних і фінансових дивідендів зокрема. Отже, до соціальних інвестицій на мікрорівні можна віднести витрати домогосподарства: на освіту дорослих членів домогосподарства та їхніх дітей, професійне навчання та підвищення кваліфікаційного рівня; на забезпечення здорового способу життя; профілактику та лікування захворювань; медичне страхування і страхування від нещасних випадків та непрацездатності; на інтелектуальний, культурний і духовний розвиток тощо.

Соціальне інвестування – спосіб реалізації корпоративної соціальної відповідальності за допомогою цільових програм, які відповідають потребам основних груп зацікавлених осіб – споживачів, персоналу, місцевих спілок. Соціальному інвестуванню властиві основні харак-

теристики інвестування, за винятком критерію, що розмежовує ці поняття, – об'єкту інвестування. Головною проблемою соціальних інвестицій є їх недостатність.

Соціальні інвестиції – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства. До соціальних інвестицій найбільш часто відносять: спонсорство й корпоративну благодійність, піклування, взаємодію з місцевим співтовариством, владними структурами, корпоративні партнерські програми.

Для створення та відтворення людського капіталу відповідно до потреб сучасного економічного розвитку здійснюються соціальні інвестиції, які Н.А. Шибаєва поділяє на три види на основі методів їх реалізації та очікуваних результатів [4, с. 64]:

1. Непрямі, які забезпечують суспільні блага та покращують якість життя громадян.

2. Прямі, які забезпечують поліпшення якості людського капіталу.

3. Змішані, які надають суспільні блага і забезпечують збільшення людського капіталу.

Існує два основні аспекти, з огляду на які розглядають соціальні інвестиції:

1. Соціальні інвестиції в контексті корпоративної соціальної відповідальності, під якою розуміють соціальну діяльність підприємства, спрямовану на зовнішнє середовище з метою створення сприятливого іміджу в очах громадянського суспільства та надання соціальних благ працівникам підприємства.

2. Інвестиції в людський капітал, що сприяють підвищенню професійної кваліфікації та покращанню продуктивних здібностей людини і тим самим збільшують продуктивність праці [6, с. 151]. До інвестицій у людський капітал відносять витрати на освіту протягом життя, охорону здоров'я, виховання гуманітарних складників людського капіталу, посилення мотивації працівників, міграцію працівників, пошук економічно важливої інформації.

На нашу думку, ці два аспекти є взаємопов'язаними. А отже, соціальні інвестиції необхідно розглядати одразу в обох контекстах. Соціальні інвестиції у контексті корпоративної соціальної відповідальності є компонентою інвестицій у людський капітал, а інвестиції в людський капітал, своєю чергою, – компонентами соціальних інвестицій загалом.

Суб'єктами соціальних інвестицій на різних рівнях є держава (органи державної влади на всіх рівнях), підприємства всіх форм власності, комерційні та некомерційні організації, фізичні особи. При цьому мотивація та цілі соціального інвестування можуть значно відрізнятись залежно від суб'єкта і джерела інвестицій. Для держави цілями соціальних інвестицій можуть бути підвищення національного доходу і рівня життя населення, розширення можливостей людського розвитку; для комерційних структур – збереження і розширення позицій на ринку, а також прибуток; для іноземних інвес-

торів і фізичних осіб – прибуток; для некомерційних організацій – задоволення конкретних нагальних потреб громади чи окремих категорій людей, підвищення рівня й якості життя населення за допомогою задоволення матеріальних, духовних і соціальних потреб.

Ефективність соціально відповідального інвестування передусім пов'язана з досягненням його основної мети – реалізацією можливості поєднання отримання фінансового прибутку й етичних цінностей інвестора. Соціальне інвестування передбачає такі види ефекту для компанії, як:

- фінансова ефективність (страхування ризиків, маркетинг і продаж, скорочення операційних витрат та ін.);
- нефінансова ефективність (імідж і репутація підприємства, лояльність клієнтів і персоналу);
- ефективність впливу на ситуацію на території присутності [7].

Процеси отримання соціального ефекту в результаті соціального інвестування проходять у певній часовій залежності. Існує послідовне вкладення ресурсів: одержання соціального ефекту, паралельне вкладення і отримання результату інвестиційної діяльності та інтервальне вкладення, у результаті якого ефект досягається через певний часовий проміжок.

За послідовного інвестування соціальний ефект буде отримано після завершення інвестування в повному обсязі, за паралельного – соціальний ефект може настати до повного завершення процесу інвестування, а за інтервального – між періодом інвестування та одержанням результату існує певний проміжок часу, який залежить від форми інвестування.

Соціальні інвестиції варто відрізнити від спонсорства і благодійності.

Спонсорство – добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг [8].

Благодійність – добровільне безкорисливе пожертвування фізичних і юридичних осіб у формі надання одержувачам мінімальної фінансової, організаційної та іншої добродійної допомоги [9].

Таким чином, спонсорство – це допомога на взаємовигідних умовах в обмін на рекламну підтримку, а благодійність – безоплатна допомога. Соціальні інвестиції – це засіб, направлений на реалізацію конкретних зовнішніх і внутрішніх соціальних програм підприємства, це практична форма реалізації соціальної відповідальності. Це можуть бути інвестиції в об'єкти муніципальної інфраструктури, медицини, освіти, культури. Строк їхньої окупності значно довший, а чиста наведена вартість – нижча, але віддача від них виражається не тільки в грошовому еквіваленті. Ефект може бути у вигляді

зміцнення довіри і створення позитивного іміджу компанії серед представників співтовариства, куди були спрямовані інвестиції.

У країнах Заходу набула поширення практика етичного інвестування (соціально відповідального інвестування), яка передбачає, що фінансові установи вкладають капітали в компанії, що відповідають критеріям КСВ. Соціально відповідальне інвестування (socially responsible investing, ethical investing) – процес прийняття інвестиційних рішень, що враховує соціальні та екологічні наслідки інвестицій. У його основі лежить вивчення і виділення в якості прийнятних об'єктів для інвестування компаній, що задовольняють визначеним критеріям корпоративної соціальної відповідальності, під якою розуміється відкрита і прозора ділова практика, що базується на етичних цінностях, повазі до своїх співробітників, акціонерів і споживачів, а також турботі про навколишнє середовище. Іншими словами, це напрям, пов'язаний із так званими «портфельними інвестиціями». В основі соціально відповідального інвестування лежить так звана концепція потрійного підсумку (triple bottom line), суть якої полягає в тому, що під час оцінки інвестиційного проекту інвестором враховуються не тільки майбутні фінансові результати, але й те, наскільки соціальною, екологічною та етичною є діяльність компанії [4, с. 67]. Фахівці з корпоративного менеджменту, залучені в США і країнах Західної Європи в розвиток і просування концепції КСВ, розрізняють три стратегії соціально відповідального інвестування (СВІ): а) відбір і просіювання інвестиційного портфеля (Screening); б) відстоювання інтересів акціонерів (Shareholder Advocacy); в) інвестиції в розвиток місцевих спільнот (Community Investing) [10, с. 8].

У світовій практиці розрізняють три стратегії соціально відповідального інвестування [10]:

1. Просіювання (screening), або вибір для інвестиційного портфеля паперів тих компаній, які відповідають заданим соціальним або екологічним критеріям. «Просіювання» може здійснюватися за принципом виключення (negative або avoidance screening), що припускає видалення зі списку розглянутих для інвестування компаній, чия продукція або ділова практика суперечать етичним або моральним цінностям інвестора. Останнім часом більшу популярність знаходить ровііуе screening, або «просіювання», що припускає цільовий пошук цінних паперів тих компаній, які характеризуються позитивним впливом на розвиток суспільства і роблять внесок у справу захисту навколишнього середовища.

Таким чином, процес «просіювання» вимагає значних зусиль і тимчасових витрат на вивчення корпоративної політики і ділової практики компаній. Більшість соціально свідомих інвесторів не можуть здійснювати його самостійно і звертаються для вкладення своїх засобів у соціально відповідальні взаємні фонди.

Портфель соціально відповідального взаємного фонду формується професійними менедже-

рами та аналітиками, які під час оцінки компанії ураховують безліч аспектів, від характеру виробленої продукції і впливу діяльності компанії на навколишнє середовище до проведеної політики зайнятості. Фільтри, використовувані соціально відповідальними взаємними фондами для відбору паперів для свого портфеля, можуть бути різноманітними, і кожний інвестор залежно від своїх пріоритетів має можливість обрати будь-який фонд.

За статистичними даними, зібраними Соціальним інвестиційним форумом (Social Investment Forum), найчастішим фільтром під час формування соціально орієнтованих портфелів є виробництво тютюну. Такі критерії, як екологія, права людини, недискримінаційна політика зайнятості, азартні ігри, виробництво алкоголю і зброї також використовуються досить часто, у більш ніж 50% «просіяних» портфелів (screened portfolios).

2. Друга стратегія для соціально свідомих інвесторів зветься «активність акціонерів» (shareholder activism або shareholder advocacy). Інвестори виступають співвласниками компанії, в акції яких вони інвестували свої кошти, а зі статусу акціонерів випливають їхні права і обов'язки. Все більше соціально орієнтованих інвесторів використовують свою роль співвласників для того, щоб піднімати хвилюючі їх питання відносно діяльності або ділової практики компанії.

Акціонери можуть загострити увагу на соціальних або екологічних проблемах у діалозі з менеджерами компанії, виступах і голосуванні на зборах акціонерів, або можуть виразити свій протест через вилучення капіталовкладень. Ці можливі дії переслідують єдину мету – інформувати менеджмент компанії про те, як ставляться до її ділової практики і корпоративної політики акціонери та інші зацікавлені особи: споживачі, робітники підприємства або постачальники.

3. Третя можливість брати участь у соціальних інвестиціях – це «місцеві інвестиційні програми» (community investing). Кошти, надані інвесторами в рамках цих програм у вигляді фінансування під низький відсоток, спрямовуються людям, що належать до малозабезпечених верств населення, які перебувають у несприятливих економічних умовах і проживають у бідних міських і сільських районах США та в країнах, що розвиваються. Без існування подібних програм ці люди не мали б можливості одержувати доступ до позикових коштів у традиційних фінансових інститутах [11].

Висновки. Феномен соціального інвестування має глибоке коріння в історії української господарської культури. В останні роки це явище почало з новою силою поширюватись у вітчизняному бізнес-середовищі. В українському бізнес-середовищі поняття «соціальні інвестиції» часто ототожнюють із поняттям «соціальна відповідальність».

Для ефективного функціонування соціальної сфери, підвищення рівня життя населення потрібні значні кошти, тому виникає необхідність у залученні ресурсів, що спрямовуються на реалізацію соціальних програм і проектів – соціальних інвестицій.

Переваги від впровадження соціальних інвестицій корпорацій включають: удосконалення виробничих процесів (зростання продуктивності та рівня доходів, економія ресурсів за умови використання екологічно безпечного обладнання); формування позитивного іміджу та репутації компанії; стабільність людських ресурсів та підвищення їх кваліфікації; залучення фінансових ресурсів спеціалізованих фондів «соціальних інвестицій» під соціально орієнтовані програми. Тобто більш широке впровадження практики ведення соціально відповідального бізнесу вітчизняними компаніями сприятиме розвитку існуючих та створенню нових ринків у країні, вирішенню соціальних та екологічних проблем, розширенню доступу українських компаній до міжнародних ринків та підвищенню їх капіталізації, сприянню сталого розвитку країни в цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Герасименко Г.В. Соціальні інвестиції: витоки ідеї та теоретичне обґрунтування поняття / Г.В. Герасименко // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 2(60). – С. 22–23.
2. Супрун Н.А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н.А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 61–74
3. Лібанова Е.М. Соціальна орієнтація ринкової економіки як передумова консолідації суспільства / Е.М. Лібанова // Вісник НАН України. – 2010. – № 8. – С. 3–14.
4. Шибаяева Н.А. Методи оцінки ефективності соціальних інвестицій / Н.А. Шибаяева // Проблеми управління. – 2008. – № 3. – С. 64–68.
5. Бондаренко А.В. Соціальне інвестування як фактор забезпечення соціально-економічного розвитку держави / А.В. Бондаренко, Л.О. Омелянович // Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2009. – № 5(79). – С. 201–203.
6. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій : [кол. наук.-аналіт. монографія] / За ред. Е.М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2006. – 356 с.
7. Бандирська О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / О.В. Бандирська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10(100). – С. 60–64.
8. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 р. № 270/96–ВР // Вісник податкової служби України. – 2006. – № 25–26. – С. 31–40.
9. Закон України «Про благодійність та благодійні організації» від 16 вересня 1997 р. № 531/97 – ВР // Урядовий кур'єр. – 1997. – 11 жовтня.
10. Майбуров И. Эффективность инвестирования и человеческий капитал в США и России / И. Майбуров // МЭИМО. – 2004. – № 4. – С. 3–10.
11. Report on socially investing trends in the United States. – 2005. – 74 p. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.socialinvest.org/resources/srguide/srifacts.cfm>.