

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

***ГНАТЬЄВА Т.М., К.Е.Н, ДОЦЕНТ,
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***

Сучасний етап розвитку суспільства вимагає посиленої уваги до соціального інвестування як цілеспрямованого вкладення ресурсів в розвиток соціальної сфери з метою отримання корисного суспільного ефекту в майбутньому. Результати соціального інвестування виявляються як в посиленні соціальної орієнтації всієї економічної системи, так і в окремих аспектах соціально-економічного розвитку, зокрема стимулюванні економічного зростання, нагромадженні людського капіталу, розвитку ринку праці, підтримці високого рівня та якості життя населення, забезпеченні державних соціальних гарантій та базових соціальних послуг, підтримці соціальної стабільності та екологічної безпеки в суспільстві.

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.

Сучасна українська практика свідчить про низку проблем, які перешкоджають втіленню в життя соціально відповідальних програм, і як наслідок, загальному рівню розвитку соціальної відповідальності в країні. До їх числа відносяться: нерозуміння власниками бізнесу тієї ролі, яку відіграє колективна соціальна відповідальність в процесі стратегічного розвитку компаній, невдоволення окремих верств суспільства проведеними компаніями заходами щодо реалізації колективної соціальної відповідальності, нецільове використання коштів, що виділяються на соціальні програми.

Таким чином, за рахунок соціальних інвестицій вирішуються дуже важливі завдання, але на жаль, соціальні інвестиції бізнесменів ще не перетворилися в системну діяльність. Хоча результати дослідження, проведені Центром розвитку корпоративно-соціальної відповідальності (КСО), свідчать, що за останні 10 років майже втричі збільшилась кількість підприємств, які вважають, що бізнес повинен брати участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем суспільства.

Шляхи залучення нових компаній до здійснення соціальних інвестицій:

1. Державна підтримка підприємств, які здійснюють соціальні інвестиції у вигляді пільг; створення державних організацій, які б допомагали компаніям у здійсненні соціальних інвестицій: організаційна, інформаційна підтримка;

2. Популяризація соціальних інвестицій за допомогою ЗМІ: створення рейтингів компаній за соціальними інвестиціями; інформаційне забезпечення в різних журналах, на бізнес – конференціях, виставках, презентаціях;

3. Зменшення рівня корупції, що призведе до прозорості процесу благодійності. Через те, що більшість компаній не впевнені в тому, що виділені ними кошти в благодійні організації будуть витрачені за призначенням, вони розцінюють такі інвестиції як недоцільні. Тому держава має бути зацікавлена зробити благодійність «чесною»;

4. Соціальні проекти, які здійснюються декількома компаніями разом, можуть стати приводом до розвитку їх ділового партнерства. Такі взаємовідносини можуть не тільки встановити підґрунтя для майбутньої ділової співпраці, але й закріпити зв'язки між співробітниками цих компаній.

Підприємства України приділяють увагу питанням соціальних інвестицій, але нажаль, той рівень який є на сьогодні є значно малим і потребує підвищення в майбутньому. Великі підприємства, що мають найбільші у країні прибутки виділяють на соціальні інвестиції приблизно 0,37 % своїх доходів, що порівняно з тією шкодою, яку вони завдають як суспільству так і навколишньому середовищу, є просто мізерними. Позитивним є те, що загальний приріст інвестицій у соціальну сферу поступово зростає, так з 2011 по 2015 роки цей показник збільшився на 32 %.

За своїм призначенням соціальні інвестиції підприємств мають внутрішній, зовнішній та універсальний характер. Універсальні соціальні інвестиції це вкладення в розвиток та підтримку добросовісної ділової практики та етики ведення бізнесу. Внутрішні соціальні інвестиції спрямовуються на розвиток та поліпшення якості життя співробітників компаній, а зовнішні – на розвиток місцевих

громад, в тому числі – підтримку соціально незахищених груп або талановитої молоді, розвиток інститутів культури, мистецтва та спорту, соціальної інфраструктури, реалізацію освітніх проєктів та громадських ініціатив, захист навколишнього середовища тощо. Частина цих програм має виключно благодійницький характер, проте впродовж останнього часу все більше компаній розглядають проєкти та програми в соціальній сфері як інвестиційні. На відміну від спонсорства та меценатства, які мають разовий та спонтанний характер, соціальні інвестиції є регулярними, стратегічними та плануються в бюджеті кампаній заздалегідь.

Детальний аналіз стану соціального інвестування в Україні ускладняється непрозорістю інформаційної політики вітчизняних компаній, тобто неповнотою їх звітності щодо фінансових вкладень в реалізацію соціальних програм різного типу.

Передумовою раціоналізації всієї системи соціального інвестування – як на рівні окремих підприємств та галузей, так і на загальнонаціональному рівні є регулярний моніторинг та оцінка соціальних інвестицій підприємств. Аналіз стану соціального інвестування та його пріоритетів дозволить не лише підвищити ефективність витрачання ресурсів на соціальні цілі, а й виявити поточні проблеми в цій сфері, привернути суспільну увагу до практики соціально відповідального ведення бізнесу.

Література.

1. Герасименко Г.В. Соціальні інвестиції: витоки ідеї та теоретичне обґрунтування поняття / Г.В. Герасименко // Вісник ЖДТУ. – 2012. – № 2(60). – С. 22-23.
2. Шикова Л.В. Місце соціальних інвестицій у інвестиційній діяльності підприємства / Л.В. Шикова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць. ПДТУ. – Маріуполь, 2012. – Вип. 1, Т. 3. – С. 138-142.
3. Яневич Н.Я. Соціальні інвестиції: сутність і класифікація / Н.Я. Яневич // Логістика: [збірник наукових праць]. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – С. 144-149.