

## СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

*Стаття присвячена проблемам розвитку соціальних інвестицій вітчизняних підприємств. Розглянуто поняття корпоративної соціальної відповідальності; проаналізовано особливості формування соціальних інвестицій підприємств в Україні та оцінено перспективи їх розвитку.*

*The publication is devoted to problems of social investments of the national enterprises. The term of corporate social responsibility is grounded; the features of social investments of the Ukrainian enterprises are analyzed, while the prospects of their development are estimated.*

*Ключові слова: соціальні інвестиції, корпоративна соціальна відповідальність, інвестиції в людський капітал, людський розвиток, управлінські стратегії.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** 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. Поряд з державою та окремими домогосподарствами важливим суб'єктом соціальних інвестицій виступає корпоративний сектор, що представлений комерційними організаціями різного типу. Значення корпоративних соціальних інвестицій зростає з огляду на нові вимоги сталого розвитку суспільства – як щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, так і щодо зменшення екологічної напруги та загрози навколишньому середовищу, дотримання світових стандартів у сфері безпеки праці та якості робочої сили. Це зумовлює актуальність та практичне значення наукових досліджень проблем соціального інвестування підприємств на сучасному етапі розвитку України.

**Стан дослідження проблеми.** Окремі аспекти дослідження інвестицій в розвиток соціальної сфери розглядалися у працях таких вітчизняних науковців, як С. Бандур, Д. Богиня, О. Грішнова, М. Долішній, Т. Заяць, М. Карлін, Ю. Краснов, І. Курило, В. Куценко, Е. Лібанова, Л. Лісогор, О. Макарова, В. Онікієнко, С. Пирожков, У. Садова, Л. Семів, В. Стешенко, Л. Шевчук та інші. Проте наразі не існує загальноєвропейських підходів до трактування поняття «соціальні інвестиції», залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні засади досліджень проблем соціального інвестування, існує брак емпіричних досліджень та перспективних оцінок як на загальноєкономічному, так і міжсекторальному рівнях. Це визначає необхідність подальших наукових досліджень в цій сфері.

Тому метою даної статті є розвиток теоретико-методологічних засад дослідження соціальних інвестицій підприємств, аналіз особливостей формування соціальних інвестицій на рівні підприємств та оцінка перспектив їх розвитку в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Впродовж тривалого часу питання корпоративної соціальної відповідальності, яка реалізується за допомогою соціальних інвестицій бізнесу, привертають увагу комерційних структур, засобів масової інформації та науковців. За визначенням міжнародного стандарту-керівництва з соціальної відповідальності ISO 26000, соціальна відповідальність – це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (зокрема, продукцію та послуги) на суспільство й навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає пріоритетам сталого розвитку та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, поширюється в усій організації та не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки.

В емпіричних дослідженнях зарубіжних науковців аналізується зв'язок між фінансовими результатами підприємств та реалізацією практики корпоративної соціальної відповідальності і, хоча результати відрізняються, в цілому вони виявляють позитивну, але досить слабку кореляцію [1]. Саме тому актуалізується визначення соціальних інвестицій бізнесу як ресурсів (матеріальних, технологічних, управлінських або інших) та фінансових засобів компаній, що спрямовуються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених із врахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін у припущенні, що в стратегічному відношенні компанія отримає певний (хоча і не завжди і не просто вимірюваний) соціальний і економічний ефект [2, с. 9]. Економічна вигода від соціальних інвестицій визначається тим, наскільки знижуються витрати виробництва, підвищується продуктивність праці, знижуються втрати від тимчасової непрацездатності співробітників, підвищується забезпеченість кваліфікованими спеціалістами, знижуються санкції та штрафні платежі (зумовлені впливом на навколишнє середовище). Наприклад, вкладення в екологічну безпеку виробництва, яких вимагають місцеві громади,

компенсуються за рахунок зниження професійної захворюваності, підвищення продуктивності праці, підвищення політичної та соціальної стабільності на територіях присутності, зміцнення репутації тощо. З іншого боку, корпоративні соціальні інвестиції можуть забезпечувати тривалий за часом соціальний ефект завдяки покращенню якості життя працівників, створенню позитивного іміджу компанії в стратегічній перспективі, запровадженню ресурсозберігаючих технологій.

Масштаби корпоративного соціального інвестування наразі зростають у всьому світі. За даними Форуму соціальних інвестицій, якщо в 1995 р. корпоративні ресурси, що були спрямовані на реалізацію соціальних цілей в США, становили менше 640 млн дол., то в 2007 р. на інвестиційному ринку країни вони сягнули 2,7 млрд дол. [3]. Як свідчить опитування міжнародних компаній, що проведене журналом *The Economist* на початку 2008 року, 53,5% респондентів погодились з тезою, що корпоративна соціальна відповідальність виступає «необхідною ціною ведення бізнесу в сучасних умовах», а 53,3% з них - що вона «забезпечує компанії особливе становище на ринку». Лише 3,8% респондентів висловили думку, що корпоративна соціальна відповідальність є «марнуванням часу та грошей».

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні консолідувався навколо міжнародних організацій та проектів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке в 2006 р. започаткувало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює понад 140 організацій. Близько 100 вітчизняних компаній декларують власну соціальну відповідальність, водночас лише 13 з них публікують відповідні звіти і 24 компанії декларують на корпоративних веб-сайтах діяльність в окремих категоріях соціальної відповідальності бізнесу [4]. Разом з тим в Україні все ще відсутні фахові бізнес-асоціації з соціальної відповідальності бізнесу, створені та керовані виключно підприємствами на прозорих та загальноприйнятних умовах, що було характерним етапом розвитку корпоративної соціальної відповідальності в інших європейських країнах.

За даними дослідження «Бізнес, керований цінностями» [4], лише 10,7% компаній в Україні декларують власні цінності та пріоритети на веб-сторінках, у корпоративних брошурах, самопрезентаціях; з них 8% – українські компанії та 2% – міжнародні компанії, головний офіс яких розташовується поза межами України. Значна кількість компаній (понад 30%) декларують засади, норми та принципи роботи. Проте, якщо головними цінностями міжнародних компаній виступають такі пріоритети, як піклування про всіх зацікавлених учасників ринку, соціальна відповідальність та довілля, а в якості домінуючої цінності працівників розглядається розвиток особистості, задекларовані цінності вітчизняних компаній дещо відрізняються. Перші місця в рейтингу цінностей посідають наступні позиції: орієнтованість на клієнта, команда, професіоналізм, відповідальність та якість. Очевидно, такий розподіл пріоритетів відображає не лише проблемні сфери в розвитку компаній (якість продукту/послуги, відповідальність за результат перед клієнтами), а й загальний стан ринку країни (зокрема, свідчать про брак кваліфікованого персоналу).

За своїм призначенням соціальні інвестиції підприємств можуть мати внутрішній, зовнішній та універсальний характер. В якості універсальних соціальних інвестицій можна розглядати вкладення підприємств в розвиток та підтримку добросовісної ділової практики та етики ведення бізнесу. Якщо внутрішні соціальні інвестиції спрямовуються на розвиток та поліпшення якості життя співробітників компаній, то 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 проектів та громадських ініціатив, захист навколишнього середовища тощо. Частина цих програм має виключно благодійницький характер, проте впродовж останнього часу всі більше компаній розглядають проекти 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.

На сучасному етапі розвитку соціального інвестування вітчизняних підприємств, їх вкладення в більшій мірі спрямовані на реалізацію внутрішніх програм, метою яких є розвиток власного людського капіталу, ресурсозбереження та задоволення потреб співробітників. Левову частку серед них посідають програми «базового» рівня соціального інвестування, які охоплюють сплату внесків за програмами загальнообов'язкового соціального та недержавного медичного страхування, видатки на забезпечення належних умов праці, підвищення кваліфікації та освітні програми для співробітників. Поряд з цим можна виділити соціальні інвестиції «розширеного» або корпоративного рівня, що охоплюють забезпечення працівників не лише адекватними умовами праці, а й належними умовами життя (профілактичне лікування та сприяння фізичному розвитку, будівництво житла, розвиток соціальної інфраструктури, забезпечення повноцінного відпочинку та дозвілля). Вищий рівень соціального інвестування передбачає реалізацію соціальних програм, що виходять за межі підприємства та спрямовані на вирішення проблем місцевої громади, території, на якій розташовано підприємство, або проблем регіонального та державного значення.

Детальний аналіз стану соціального інвестування в Україні ускладнюється непрозорістю інформаційної політики вітчизняних компаній, тобто неповнотою їх звітності щодо фінансових вкладень в реалізацію соціальних програм різного типу. Існує цілий ряд об'єктивних причин, які зумовлюють небажання підприємств оприлюднювати звітність про реалізацію власних соціальних програм. До таких чинників належить можливість конфлікту інтересів інвесторів, що зацікавлені в отриманні максимального

прибутку, та управлінців, які прагнуть реалізувати соціальні програми з метою підвищення стратегічної привабливості компанії. Висвітлення значних обсягів соціальних інвестицій може призвести до підвищеного інтересу податкових органів та посилення фіскального тиску на підприємство. Важливим чинником є і ризик посилення соціальної напруги у суспільстві внаслідок незадоволення малозабезпечених верств населення кращими стандартами життя працівників певних компаній.

Найбільш повне статистичне забезпечення характеризує стан сплати обов'язкових соціальних видатків, що здійснюються відповідно до чинного законодавства на програми державного соціального страхування. Станом на 2009 рік на такі заходи роботодавцями сумарно спрямовується до 37,51% загального фонду оплати праці; з них основна частина приходить на фінансування заходів, передбачених системою пенсійного страхування (89,4%), значно менше – на соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності (4,7%), на випадок безробіття (3,2%) та від нещасних випадків (2,7%) [5]. За даними національного рахунку вторинного доходу [6], сукупні внески підприємств на соціальне страхування в економіці України склали 75,8 млрд. грн. в 2007 р.; з них 71,2 млрд. грн. були сплачені сектором загального державного управління, 4,4 млрд. грн. – нефінансовими корпораціями, які займаються ринковим виробництвом товарів і послуг, 179 млн. грн. – фінансовими корпораціями, що спеціалізуються на фінансово-посередницькій діяльності (банки, страхові компанії). Зростання фінансових ресурсів, що спрямовані на соціальне страхування вітчизняними компаніями зумовлене тенденцією до зменшення масштабів тінізації заробітної плати, що спостерігалася протягом останніх років.

Оцінити масштаби корпоративних видатків на освітні програми дозволяють показники підготовки фахівців з вищою освітою та післядипломного навчання, що здійснюються за рахунок коштів підприємств. Так, менше 1% студентів вищих навчальних закладів всіх рівнів акредитації навчалися за рахунок коштів юридичних осіб та центральних органів виконавчої влади у 2008/2009 н.р. (відповідно лише 14,2 тис. осіб). Водночас з 290,1 тис. осіб, що були навчені новим професіям у 2008 р., на виробництві навчалися 75,8%, а з 1 022 тис. осіб, що підвищили кваліфікацію в цьому ж році, – відповідно 52,1% [6].

Дослідники погоджуються, що наразі більшість вітчизняних компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності, перебувають на етапі дотримання законодавства та точкових добродійних проектів. Найбільші українські корпорації здійснюють досить активну благодійницьку діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю. Майже всі великі компанії проводять проекти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної соціальної відповідальності.

Необхідність подолання наслідків фінансово-економічної кризи актуалізує дослідження факторів диференціації компаній на ринках, їх конкурентних переваг та факторів капіталізації, підвищуючи значення соціальної відповідальності бізнесу як управлінської стратегії. Водночас, очевидно, що обмеженість фінансових ресурсів компаній в умовах кризи призвела до скорочення корпоративних видатків, в тому числі й тих, що спрямовуються на соціальні цілі. Так, експертні опитування, проведені Українським форумом благодійників у 2009 р., засвідчили, що складні економічні реалії змусили половину благодійних фондів, громадських організацій, державних структур та ЗМІ скоротити витрати. Більшість респондентів погоджувалися, що потреба економити змусила чітко визначити пріоритети благодійної діяльності та переглянути якість роботи своїх співробітників. Водночас майже 40% респондентів були готові запропонувати підтримку громадським організаціям та ініціативним групам, які б вплинули на активізацію влади і подолання кризи. Понад 65% з них зазначили, що той факт, що благодійники під час кризи не відмовляються від добродійності, надихає інших на допомогу людям.

Наприкінці 2008 р. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності здійснив опитування 20 провідних компаній України на тему «Майбутнє корпоративної соціальної відповідальності в умовах кризи», з огляду на прогнозовані зміни обсягу та спрямованості соціальних інвестицій бізнесу. Як показали результати дослідження, хоча компанії заявили про свій намір продовжувати інвестиції в розробку нових продуктів та послуг, вдосконалення організаційного управління та трудових практик, бюджети соціальних проектів та благодійництва зменшились в середньому на 20-30%. Серед галузей, що зазнають найбільших втрат - культура та мистецтво; багато з компаній підтвердили скорочення соціальних інвестицій на допомогу місцевим громадам та мало захищеним верствам населення. Водночас, в окремих сферах планується зростання інвестицій та реалізація нових проектів; це, зокрема стосується енергозбереження та навколишнього середовища, підвищення кваліфікації працівників.

**Висновки.** Важливою проблемою в Україні залишається відсутність державної політики щодо корпоративної соціальної відповідальності, що часто ототожнюється з такими різними поняттями, як «соціальне партнерство», «благодійництво», «соціальний діалог». Як наслідок, соціальні проекти підприємств отримують слабку підтримку державних органів, не існує ефективних стимулів для подальшого розвитку та вдосконалення практики корпоративної соціальної відповідальності бізнесу. Водночас євроінтеграційні процеси, які розгортаються в Україні, вимагають посилення уваги до проблематики соціальної відповідальності компаній з метою врахування соціальних стандартів розвинених країн та світових прикладів кращої практики в цій сфері.

Згідно з матрицею бізнес-можливостей соціальної відповідальності, що складена міжнародною неурядовою організацією «SustainAbility International» [7], майбутні переваги від впровадження соціальних інвестицій корпорацій включають: вдосконалення 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 в країні, вирішенню соціальних та екологічних проблем, розширенню доступу українських компаній до міжнародних ринків та підвищенню їх капіталізації, сприянню сталого розвитку країни в цілому.

Тому регулярний моніторинг та оцінка соціальних інвестицій підприємств є необхідною передумовою раціоналізації всієї системи соціального інвестування – як на рівні окремих підприємств та галузей, так і на загальнонаціональному рівні. 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. Позитивні сторони такої практики вже усвідомлюються багатьма вітчизняними компаніями, оскільки інвестування коштів на реалізацію соціальних програм підпорядковується не лише досягненню конкретної «іміджевої» мети, а й виступає складовою довгострокового стратегічного розвитку. Отже, політика щодо сприяння корпоративному соціальному інвестуванню повинна стати окремим, самостійним напрямком регулятивної функції держави.

### Література

1. Baron D., Harjoto M., Jo H. The Economics and Politics of Corporate Social Performance. Graduate School of Business Research Paper No. 1993. Rock Center for Corporate Governance Working Paper No. 45. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ssrn.com/abstract=1202390>.
2. Доклад о социальных инвестициях в России за 2004 год / [под общей ред. С.Е. Литовченко]. – М. : Ассоциация Менеджеров, 2004. – 80 с.
3. 2007 Report of Social Responsible Investing Trends in the United States. Executive Summary. Washington, 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.socialinvest.org/pdf/SRI\\_Trends\\_ExecSummary\\_2007.pdf](http://www.socialinvest.org/pdf/SRI_Trends_ExecSummary_2007.pdf).
4. Результати першого етапу дослідження «Бізнес, керований цінностями», що проведене Львівською бізнес-школою при УКУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://svb.org.ua/sites/default/files/values\\_research\\_results.pdf](http://svb.org.ua/sites/default/files/values_research_results.pdf).
5. Загальнообов'язкове державне соціальне страхування та пенсійне забезпечення у цифрах і фактах у 2008 р. – К. : Міністерство праці та соціальної політики України, Пенсійний фонд, 2009. – 58 с.
6. Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
7. Офіційний веб-сайт НУО Sustainability International [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.sustainability.com](http://www.sustainability.com).

Надійшла 11.09.2010

УДК 331.5

О. І. ІЛЬНИЦЬКА

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

## ПРОЦЕСИ РОЗРОБКИ, ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ПРИ ЗАДОВОЛЕННІ ПОТРЕБ РОБОТОДАВЦІВ В УКОМПЛЕКТУВАННІ КАДРАМИ

*Запропоновано технологію розробки, прийняття та реалізації управлінських рішень при задоволенні потреб роботодавців в укомплектуванні кадрами в Державній службі зайнятості. Визначені критерії ефективності прийняття та реалізації управлінських рішень при задоволенні потреб роботодавців в укомплектуванні кадрами.*

*Technology of elaboration, making and realization of managerial decisions connecting satisfaction of employers' necessities in completing of vacant positions is offered. The criteria of making-realization managerial decisions efficiency of are definite attached to satisfaction of employers' necessities in completing of vacant positions.*

*Ключові слова: роботодавці, кадри, управлінське рішення, центр зайнятості.*

**Вступ.** Ефективне функціонування Державної служби зайнятості (далі – ДСЗ) значною мірою залежить від здатності персоналу ефективно виконувати свої обов'язки та якісно надавати послуги незалежно від сукупності зовнішніх і внутрішніх умов діяльності. Все це частково може бути забезпечене