

Н. М. Притуляк

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана", Київ, Україна, fin_an@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1557-0191>

**СОЦІАЛЬНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ
КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Анотація. Обґрунтовано актуальність, визначено сутність, здійснено класифікацію соціальних інвестицій, які слугують ресурсним забезпеченням практики відповідального управління бізнесом. Оскільки кожний суб'єкт господарювання є важливим суспільним інститутом, котрий не може існувати поза соціумом, він у процесі своєї діяльності створює систему взаємозалежних відносин із широким колом зацікавлених сторін, що дає підстави розглядати корпоративну соціальну відповідальність з позиції не лише її впливу на соціальний розвиток, а й наслідків для самого бізнесу. Встановлено, що віддачею на вкладений у соціальні проекти капітал є формування та нарощення корпоративних нематеріальних активів, які в умовах інтелектуалізації виробництва стають визначальним фактором економічного розвитку. На базі ключових положень теорії інтелектуального капіталу й результатів емпіричних досліджень підтверджено наявність позитивної кореляції між соціальною активністю та фінансовими показниками діяльності підприємницьких структур, що дає підстави ідентифікувати соціально відповідальне інвестування як стратегічно важливий для суб'єкта господарювання вид бізнесу, котрий сприяє його стійкому розвитку.

Ключові слова: соціальне інвестування, соціально відповідальне інвестування, соціальні інвестиції, соціально відповідальні інвестиції, корпоративна відповідальність, інтелектуальний капітал, віддача від корпоративних капіталовкладень у об'єкти соціальної сфери.

Табл. 1. Літ. 18.

Natalia Prytulyak

Ph. D. (Economics), Associate Professor, SHEE "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman", Kiev, Ukraine, fin_an@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1557-0191>

**SOCIAL INVESTMENT AS A FORM OF IMPLEMENTATION
OF CORPORATE RESPONSIBILITY**

Abstract. The article determines the relevance of corporate social responsibility and emphasizes the need for its resource support, which is done in the form of socially responsible investments. The choice of the latter as a research object is caused by the need for a thorough denial of the opinion, inherent to Ukrainian entrepreneurship, that business has an exclusively economic role in the development of the country, and solution of social issues should be within the limits of responsibility of state authorities. Accordingly, the purpose of the article is to study the nature and features of the resource provision of social responsibility of business from the standpoint of the interests of the latter. Since each economic entity is an important social institution, it cannot exist and act separately from society. This gives grounds for considering corporate social responsibility not only from the view of its influence on social development but also in

© Притуляк Н. М., 2018

terms of its consequences for the business itself. The study of the essence, types, characteristics and basic forms of the implementation of socially responsible investments made it possible to establish that the return on invested in social projects capital is the formation and growth of intangible assets. The fact that the latter is a major factor in entrepreneurial success has allowed the key provisions of the theory of intellectual capital to be based on the hypothesis that there is a positive correlation between social activity and financial performance of business structures, the fairness of which is confirmed by numerous results of the world empirical research presented in the article. The above made it possible to substantiate the conclusion that socially responsible investment is strategically important for a business entity as a business, which determines the prospects of its future.

Keywords: social investment, socially responsible investment, social investments, socially responsible investments, corporate responsibility, intellectual capital, return on corporate investments in social sphere objects.

JEL classification: G34, G11, O34.

Н. Н. Притуляк

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры корпоративных финансов и контроллинга ГВУЗ "Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана", Киев, Украина

СОЦИАЛЬНОЕ ИНВЕСТИРОВАНИЕ КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Аннотация. Обоснована актуальность, определена сущность, осуществлена классификация социальных инвестиций, которые служат ресурсным обеспечением практики ответственного управления бизнесом. Поскольку каждый субъект хозяйствования является важным общественным институтом, который не может существовать вне социума, он в процессе своей деятельности создает систему взаимозависимых отношений с широким кругом заинтересованных сторон, что дает основания рассматривать корпоративную социальную ответственность с позиции не только ее влияния на социальное развитие, но и последствий для самого бизнеса. Установлено, что отдачей на вложенный в социальные проекты капитал является формирование и наращение корпоративных нематериальных активов, которые в условиях интеллектуализации производства становятся определяющим фактором экономического развития. На базе ключевых положений теории интеллектуального капитала и результатов эмпирических исследований подтверждено наличие позитивной корреляции между социальной активностью и финансовыми показателями деятельности предпринимательских структур, что дает основания идентифицировать социально ответственное инвестирование как стратегически важный для субъекта хозяйствования вид бизнеса, способствующий его устойчивому развитию.

Ключевые слова: социальное инвестирование, социально ответственное инвестирование, социальные инвестиции, социально ответственные инвестиции, корпоративная ответственность, интеллектуальный капитал, отдача от корпоративных капиталовложений в объекты социальной сферы.

Прогресивне людство поступово усвідомлює: функціонування підприємницьких структур має сприяти збалансованому й гармонійному розвитку суспільства, що полягає в забезпеченні якнайвищої якості життя для теперішніх і майбутніх поколінь. Виникає об'єктивна потреба в перегляді ролі суб'єктів господарювання у виконанні завдань, пов'язаних із соціальним

забезпеченням населення. І річ не лише в тім, що приватний сектор є найбільш активною і значною частиною економіки, котра має ресурси й можливості для подолання серйозних проблем, що постають перед суспільством та його окремими верствами. Практика підприємницької діяльності багатьох компаній світу, з яких тільки третина залишається ефективною в довгостроковій перспективі, переконує, що для забезпечення стабільного успіху вже не достатньо орієнтуватися суто на досягнення високих фінансових результатів. Обставини, за котрих стабільність і ринкове лідерство є надто хиткими, вимагають переосмислення точок опори фінансово-економічної конструкції бізнесу, створення умов для його тривалого розвитку.

Оскільки життєдіяльність суб'єктів господарювання дедалі більшою мірою залежить від кваліфікованих і професійних кадрів, лояльних споживачів, налаштованих на партнерство інвесторів, прихильності влади й місцевих співтовариств, формується розуміння об'єктивної потреби та вигідності участі підприємництва в соціальному забезпеченні. Масштабні зарубіжні дослідження засвідчують, що соціально орієнтований бізнес – перспективний, трендовий напрям діяльності; він демонструє найвищі темпи свого розвитку та є втричі успішнішим, ніж його традиційний вид, представники якого прагнуть лише отримати миттєвий прибуток [1]¹.

Варто зауважити: якщо в європейських і американських компаніях соціальна відповідальність уже пододала шлях від управлінської екзотики до стандартних рутин, ставши невід'ємною складовою стратегій їх розвитку, то діяльність вітчизняних підприємств поки що здебільшого характеризується виснажливим природокористуванням, згубним впливом на екологічний баланс територій їх розташування, брутально-прагматичним ставленням до найманого працівника, високим рівнем травматизму на робочих місцях, сумнівною якістю продукції тощо.

З метою пошуку ефективних способів підвищення соціальної відповідальності підприємництва в нашій країні, українські науковці наполегливо вивчають досвід розвитку ринкової економіки Заходу, досліджують його теоретичну й практичну спадщину, зокрема у сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності та її інвестиційного забезпечення. Серед них – Д. О. Баюра, М. П. Буковинська, Г. В. Герасименко, З. І. Галушка, О. А. Грішнова, А. М. Колот, Н. С. Орлова, Л. П. Петрашко, О. С. Редькін, М. А. Саприкіна [2–10].

Віддаючи належне доробку з висвітлення різних аспектів окресленої проблеми, вважаємо за доцільне продовжити її дослідження, особливо зважаючи на те, що соціальна відповідальність є добровільною, але не до кінця усвідомленою національними підприємствами ініціативою. На жаль, більшість вітчизняних підприємців визнають лише економічну роль бізнесу в розвитку країни, а соціальну відповідальність перекладають виключно на державні

¹ Результати свого десятирічного дослідження автори книги "Більше, ніж ефективність" С. Келлер і К. Прайс, керівники Експертної групи McKinsey&Company, отримали на основі аналізу власного великого практичного досвіду, опитувань сотень тисяч висококваліфікованих менеджерів вищого рангу, спостережень за успіхом понад 200 відомих компаній світу.

органи, навіть не підозрюючи, що соціальна сфера спроможна генерувати економічний результат, а тому потрібна як суспільству, так і бізнесу.

Достатня поінформованість, правильне розуміння та ставлення до концепції соціальної відповідальності сприятимуть активізації її практичного впровадження в приватному секторі національної економіки. Тому метою статті є дослідження природи і зв'язку соціального інвестування з підприємницьким успіхом, обґрунтування на цій основі його значущості для забезпечення стабільних засад конкурентного лідерства й розвитку бізнесу.

Світовий і вітчизняний досвід соціально-економічного розвитку та модернізації підтверджує залежність цих процесів від консолідації суспільства на основі утворення конструктивних зав'язків із усіма його суб'єктами (державою, бізнесом, населенням) на принципах соціальної відповідальності. Оскільки сучасне підприємство є органічною частиною складної, взаємопов'язаної та взаємозалежної сукупності інститутів, воно об'єктивно виступає ключовою ланкою механізму узгодження в економіці й суспільстві індивідуальних та групових інтересів, а тому зобов'язане нести за це відповідальність.

Корпоративна соціальна відповідальність (*далі* – КСВ) регламентує етичні правила й норми здійснення підприємницької діяльності в зовнішньому та внутрішньому середовищах; сприяє її соціалізації й соціально-етичній спрямованості; несе суспільнозначиму користь для всіх зацікавлених сторін¹. Останні, як джерело ресурсної бази компанії, що визначає її конкурентні позиції, утворюють взаємозалежну систему відносин, котра може як підтримувати та розвивати бізнес, так і призвести до його краху. Тож розуміння, аналіз та збалансоване врахування потреб, очікувань і думок усіх учасників корпоративних відносин мають украй важливе значення для діяльності будь-якої підприємницької структури.

Реалізація концепції КСВ спонукає приватний сектор до дій, спрямованих на підвищення добробуту суспільства завдяки його добровільній участі в здійсненні соціально значущих проектів і програм. Мається на увазі допомога підприємств у фінансуванні соціального захисту найуразливіших груп населення, діяльності освітньо-культурних установ та заходів, муніципальних і загальнодержавних соціальних програм. Це означає, що практика соціально відповідальної поведінки підприємницької структури ґрунтується на здійсненні відповідних вкладень її фінансових та інших ресурсів у вирішення соціальних питань. Отже, КСВ передбачає не лише декларування ініціатив чи дотримання законодавчо встановлених вимог і зобов'язань, а й виконання інституціонально не властивих бізнесу функцій з інвестування коштів у об'єкти соціальної сфери.

¹ Зацікавлені сторони – це учасники корпоративних відносин: індивідууми, групи чи організації, які мають істотний вплив на рішення, що приймаються компанією, та/або перебувають під впливом цих рішень. До них належать власники, працівники, партнери, споживачі, інвестори, кредитори, конкуренти, місцеві органи влади, населення території розташування економічного суб'єкта.

Соціальне інвестування є порівняно новим, але динамічним явищем, воно швидко поширюється завдяки усвідомленню дедалі більшим числом учасників ринку необхідності та переваг інтеграції принципів корпоративної відповідальності у стратегію розвитку компанії. Хоча в сучасній економічній літературі досі немає єдиного підходу до визначення економічної сутності цього поняття, переважна частина авторів трактує його як процес вкладення фінансових, матеріальних, технологічних, управлінських ресурсів у об'єкти соціальної сфери. Не вдаючись до деталей наукових дискусій із цього питання, зауважимо, що не слід ототожнювати соціальні інвестиції із соціально відповідальними інвестиціями (хоча перші не можуть бути результатом безвідповідальності). На нашу думку, соціально відповідальне інвестування (*дали* – CBI) є більш ємним поняттям, оскільки охоплює не тільки фінансову участь у окремих проектах з охорони здоров'я, збереження навколишнього середовища або розвитку регіону розташування, а й усю сукупність додаткових витрат компанії, пов'язаних із регулярним вжиттям заходів, котрі передбачають урахування наслідків її діяльності, запобігають недобросовісній бізнес-практиці (з порушенням етичних норм), спрямовані на задоволення розумних потреб усіх зацікавлених сторін. Головною метою CBI є не просто отримання прибутку за будь-яку ціну чи штучне формування позитивного іміджу завдяки разовій участі в реалізації соціальних програм, а свідомий і добровільний вибір безпрограшної тактики досягнення економічного результату виключно на основі відповідальної діяльності в усіх її сферах, котра, зокрема, передбачає непохитну готовність іти на втрати заради захисту інтересів навколишнього середовища.

Такий вид інвестування є вищою формою соціальної відповідальності бізнесу, який дотримується відкритої й прозорої ділової практики, базується на етичних і моральних нормах, демонструє прогресивний менеджмент, високу організаційну культуру, надійні перспективи розвитку. Формування нової філософії підприємництва відбувається в результаті кардинального переосмислення її суб'єктами своєї базової функції, що обумовлює впевнений відхід від прагнення до матеріальної вигоди та власного збагачення на користь вибору соціально орієнтованих управлінських рішень, спрямованих на поліпшення умов життя теперішніх і майбутніх поколінь, приріст людського й соціального капіталу в частині якості соціальних комунікацій, міри довіри між людьми, соціальної солідарності, готовності до спільної роботи на загальне благо. Підтвердженням процесів еволюціонізації змісту економічної діяльності є сучасні тенденції у сфері соціально відповідальних інвестицій, котрі полягають у відмові від негативних у соціальному плані (нехай і високоприбуткових) сфер діяльності (виробництво тютюну, алкоголю, зброї) та переході до практики вибору соціально значущих проектів, реалізація яких передбачає використання екологічно безпечних ресурсів і технологій задля отримання корисного для всіх суб'єктів суспільства результату.

Це не означає, що CBI є філантропією, спонсорством чи меценатством. На відміну від різних видів добродійності, така інвестиційна діяльність

пов'язана з регулярним, стратегічним розміщенням капіталу, націленим на отримання фінансового результату, але за умови здійснення позитивних соціальних зрушень, недопущення негативного впливу на навколишнє середовище та дотримання етичних норм. У цьому проявляється двоїста природа соціально відповідальних інвестицій, які слугують інструментом одночасного задоволення потреб і суспільного, і корпоративного секторів, ресурсом гармонійного балансування між економічною ефективністю та соціальною справедливістю. Тому слушним є загальне визначення СБІ як процесу інтеграції корпоративних цінностей і суспільних проблем із інвестиційними рішеннями [11].

Як особливий вид вкладання коштів, СБІ об'єднують економічну й соціальну сфери діяльності компанії, а тому мають різноманітні форми та характеристики, способи й напрямки реалізації, що зумовлює потребу в їх структурно-логічному впорядкуванні, котре зазвичай здійснюється на основі класифікації (таблиця) [4; 7; 12–14].

Очевидна багатогранність об'єкта дослідження із сукупністю особливостей для кожного виду не нівелює його загальні характеристики, а навпаки, робить їх ще помітнішими. Так, СБІ:

– як результат еволюціонізації інвестиційної діяльності являють собою вкладення фінансових, матеріальних, технологічних, управлінських, інтелектуальних та інших ресурсів у виконання соціальних норм – і визначених

Таблиця. Класифікація соціально відповідальних інвестицій

Вид	Характеристика
<i>За відповідністю основним критеріям корпоративної відповідальності</i>	
Соціальні	Орієнтовані на вирішення питань стосовно дотримання прав людини, запобігання соціальним конфліктам, забезпечення здоров'я й безпеки населення, заборони експлуатації дитячої праці
Етичні	Відповідають моральним і релігійним традиціям, а також цілям розвитку суспільства, що проявляється у відмові від виробництва, продажу та розповсюдження шкідливої продукції (тютюну, алкоголю, зброї, порнографічних матеріалів)
Екологічні	Зосереджені на вкладеннях у відновлювані джерела енергії, охорону та збереження природних ресурсів, екологічну безпеку
<i>За цільовою спрямованістю корпоративної соціальної політики</i>	
Внутрішні	Включають реалізацію соціально орієнтованих проєктів і програм розвитку корпоративного середовища
Зовнішні	Спрямовані на фінансування природоохоронної діяльності й ресурсозбереження, розбудову місцевих співтовариств, у т. ч. на підтримку соціально незахищених груп населення або талановитої молоді, розвиток інститутів культури, мистецтва та спорту, соціальної інфраструктури, реалізацію освітніх проєктів і громадських ініціатив
Універсальні	Стосуються вкладень у поширення добросовісної ділової практики та етики ведення бізнесу
<i>За ступенем залучення суб'єкта господарювання в соціально орієнтовані інвестиційні процеси</i>	
Інвестиції базового рівня соціальної відповідальності	Охоплюють сплату внесків на загальнообов'язкове державне соціальне й недержавне медичне страхування, видатки на забезпечення належних умов праці, підвищення кваліфікації та освітні програми для співробітників

Закінчення таблиці

Вид	Характеристика
Інвестиції розширеного рівня соціальної відповідальності	Передбачають капіталовкладення не лише у створення безпечних умов праці, а й у якісний розвиток персоналу (підвищення професійної кваліфікації, здійснення профілактичного лікування, сприяння фізичному розвитку, будівництво житла, розбудова соціальної інфраструктури, забезпечення повноцінного відпочинку та дозвілля)
Інвестиції вищого рівня соціальної відповідальності	Пов'язані з участю в соціальних проектах, що виходять за межі підприємства та спрямовані на розв'язання проблем місцевої громади, території розташування, питань регіонального чи державного значення
<i>За особливими характеристиками інструментів інвестиційного процесу</i>	
Інвестиції впливу	Передбачають отримання позитивного ефекту від вкладень у навколишнє природне та/або соціальне середовище
Цільові інвестиції	Здійснюються з урахуванням місії підприємницької діяльності
"Зелені" інвестиції (екоінвестиції)	Являють собою вкладення капіталу в активи компанії, діяльність якої на завдає шкоди довкіллю чи спрямована на розроблення й упровадження прогресивної технології, що сприяє поліпшенню екологічної ситуації
<i>За практикою прийняття соціально орієнтованих інвестиційних рішень</i>	
Інвестиції за результатом "просіювання"	Передбачають відбір об'єктів інвестування на основі оцінки їх відповідності соціальним, екологічним і корпоративним критеріям
Інвестиції за результатами дій акціонерів	Забезпечують соціалізацію корпоративних капіталовкладень завдяки активній участі співвласників в управлінні компанією
Інвестиції в місцеві співтовариства	Здійснюються з метою розв'язання проблем на території розташування компанії

Складено за: Дяковський Д. А. Соціально-відповідальні інвестиції як перспективний напрям інвестиційної діяльності: сутність і тенденції. *Наукові записки НаУКМА. Сер. : економічні науки.* 2016. Т. 1. Вип. 1. С. 62–68; Новикова Р. А. Феномен социальных и социально ответственных инвестиций в концепции социальной ответственности бизнеса. *Культура народов Причерноморья.* 2012. № 232. С. 200; Герасименко Г. В. Соціальні інвестиції підприємств: проблеми та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2010. № 6. Т. 2. С. 131; Музиченко О. В. Сучасні світові тренди тематичного відповідального інвестування. *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. № 20. С. 16–22; Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / за наук. ред. А. М. Колота ; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вади́ма Гетьмана", Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. Київ, 2012. С. 316.

законодавством, і тих, що виходять за його межі та охоплюють ширше коло зобов'язань бізнесу перед суспільством;

– як феномен принципово нового рівня розвитку продуктивних сил є результатом проявленої бізнес-свідомості щодо необхідності здійснення власного внеску в забезпечення суспільного розвитку шляхом інтеграції економічних, соціальних і екологічних параметрів у процес прийняття рішень;

– як форма прояву бізнес-активності радикально трансформують змістове наповнення практики функціонування компанії в соціальній сфері й виводять її за межі звичайної філантропії, перетворюючи на прогресивну модель господарювання;

– як об'єкт корпоративного управління здійснюються на засадах добровільного прийняття рішень про ресурсне забезпечення відповідних проєктів і програм, реалізація котрих передбачає отримання соціального ефекту, що проявляється у зниженні соціальної напруги в регіонах присутності,

підвищенні рівня життя різних верств населення, поліпшенні екологічної ситуації, розвитку персоналу та місцевих співтовариств;

– як інструмент реалізації корпоративної відповідальності відрізняються системністю, регулярністю й комплексністю проведення, націленого на досягнення соціального та економічного результату в довгостроковій перспективі за умов раціонального використання ресурсів;

– як стратегічна складова механізму забезпечення сталого розвитку генерують диференційований ефект із багатовекторним характером утворення, що проявляється у вигляді певних позитивних наслідків у кожній із зацікавлених сторін процесу, на підставі чого створюється підґрунтя для досягнення консолідації суспільства, узгодженості різноманітних інтересів.

Однак якщо соціальна користь від реалізації СВІ не викликає сумнівів (адже зазвичай слушно виокремлюють їх соціальні, етичні, екологічні критерії; наголошують на досягненні позитивного впливу цього виду інвестицій на суспільство, навколишнє середовище, соціальний розвиток, а також на створенні доданої вартості в соціальній сфері), то стосовно бізнесу ситуація інша: у вітчизняній фаховій літературі підкреслюється необхідність виділення корпоративних ресурсів на розв'язання соціальних проблем, несумірність витрат на соціально орієнтовані проекти з доходами, наявність етичної та відсутність економічної природи останніх. Утім, із цим важко погодитися: подібне, переважно однобічне, висвітлення питання є однією з головних причин незацікавленості українських підприємців у соціально відповідальній стратегії, відсутності в них розуміння доцільності її інтеграції в систему корпоративного управління і менеджменту. Отже, є потреба в обґрунтуванні іншої позиції.

Вагомим аргументом на користь вигідності СВІ для всіх, без винятку, суб'єктів є термінологія, що вживається, котра сама по собі вказує на потенційну здатність до окупності вкладень, здійснюваних із боку інвесторів, завдяки функціонуванню певного механізму отримання додаткового, в т. ч. фінансового, результату.

Крім того, доказом виникнення корпоративного ефекту від СВІ є безперервний і абсолютно логічний зв'язок між частиною та цілим (у цьому випадку – компанією й суспільством). Наприклад, вкладення в екологічну безпеку виробництва, котрих вимагають місцеві громади, не тільки окупаються завдяки зниженню професійної захворюваності, налагодженню корпоративних взаємовідносин і діалогу із соціальним оточенням, а й генерують додатковий ефект у вигляді посилення мотивації до сумліннішого виконання обов'язків (причому, не лише в межах заданої компетенції), підвищення продуктивності праці, скорочення витрат, пов'язаних із аварійними ситуаціями, поліпшення іміджу підприємницької структури, забезпечення високих темпів її капіталізації.

Зазначене підтверджується результатами багатьох емпіричних досліджень, виконаних зарубіжними фахівцями. Так, за оцінками Бостонської наукової групи, компанії, що здійснюють СВІ, мають у 2–4 рази вищі темпи

зростання, ніж їхні конкуренти [15, с. 74]. Виявлено, що за інших рівних умов реалізація стратегії соціальної відповідальності збільшує ринкову вартість корпорацій та знижує ризики [16]. Результати інших досліджень, які проводилися спеціалістами Гарвардської бізнес-школи та охоплювали 17-річний період, теж засвідчили існування істотної позитивної кореляції між економічно-фінансовими показниками й соціальною активністю представників корпоративного сектору. Фахівцями організації “Conference Board” встановлено, що підвищення прибутковості продажів, активів, капіталу та акцій у соціально активних компаніях є значнішим, ніж у інших бізнес-структур [17, с. 74]. На підставі власних спостережень компанії IBM корпоративну відповідальність ще у 2008 р. визнано однією з п'яти базових передумов успішності підприємств майбутнього [18, с. 7].

Оцінка діяльності багатьох підприємств світу дає підстави для висновку, що соціальна відповідальність сприяє їх розвитку, оскільки здійснювані ними інвестиції в розв'язання соціально-екологічних проблем забезпечують у довгостроковій перспективі: 1) сприйняття таких підприємств як сприятливих для суспільства, добросовісних, самодостатніх, престижних структур; 2) закріплення позитивної ділової репутації, іміджу, зниження напруги на території розташування; 3) успіх у завоюванні й розширенні ринкового сегмента, просуванні бранда в потенційно значущих регіонах; 4) отримання вагомих конкурентних переваг завдяки підвищенню професійного й інтелектуального рівнів персоналу, його інноваційній активності, лояльності споживачів, прихильності інвесторів; 5) сталу динаміку зростання вартості компанії тощо.

Спроможність СБІ генерувати ці та інші важливі для бізнесу результати не викликає сумнівів, адже обумовлена їхньою унікальною здатністю забезпечувати віддачу на вкладений капітал у вигляді засобів нематеріальної природи, які, утворюючи зворотний потік найцінніших ресурсів, надходять до компанії, таким чином формуючи та нарощуючи основні компоненти її інтелектуального капіталу: людський капітал (у вигляді підвищення рівня фахових знань, якості життя працівників, розвитку інтелектуальних здібностей і професійної майстерності); організаційний капітал (у формі позитивізації корпоративної культури, забезпечення сприятливих взаємин у колективі, створення творчої атмосфери, поліпшення результатів науково-дослідної діяльності); клієнтський капітал (у вигляді оптимізації взаємовідносин зі споживачами, постачальниками, кредиторами та інвесторами, просування бранда, поліпшення іміджу компанії, лояльності її стейкхолдерів тощо); соціальний капітал (у формі посилення екологічної безпеки виробництва, позитивного впливу на соціальні процеси).

Сьогодні є загально визнаним, що всі компоненти інтелектуального капіталу належать до основних ресурсів зростання й розвитку будь-якої бізнес-структури, оскільки в умовах інтелектуалізації виробництва забезпечують можливість підвищення ринкової вартості за рахунок утворення унікальних конкурентних переваг. Однак нематеріальні цінності перетворюються на

реальне джерело ділового успіху лише в контексті відповідної стратегії компанії, яка передбачає регулярне виділення достатніх коштів на забезпечення їх формування та нагромадження.

Зважаючи на здатність інтелектуального капіталу до відтворення й кумулятивного накопичення доходів, вкладення в освіту, професійну підготовку, охорону праці, здоров'я, природи та інші його елементи слушно визнають не споживчими витратами, а інвестиціями, котрі в контексті КСВ ідентифікують як соціально відповідальні фінансові інструменти.

Підсумовуючи викладене, доходимо висновку, що соціально відповідальне інвестування є одним із видів бізнесу, котрий забезпечує нагромадження людського, соціального, природного, клієнтського та інших видів капіталу. Внесок цих унікальних ресурсів у результати діяльності економічного суб'єкта полягає в підвищенні мотивації до продуктивної, ініціативної праці; створенні сприятливих умов для активізації процесу розроблення та впровадження різноманітних новацій; оптимізації взаємодії зі споживачами й постачальниками, вдосконаленні та розвитку подальших відносин із ними; забезпеченні екологічної безпеки й ресурсозбереження; розбудові місцевих співтовариств. Здатність підприємницької структури формувати та використовувати складові інтелектуального капіталу дедалі більшою мірою визначає її економічну силу, а саме: спроможність досягати стійких конкурентних переваг, підвищувати ефективність, забезпечувати сталий розвиток, оперативно реагувати на зміни ринкової ситуації.

Притаманна СВІ *вигідність* (причому не тільки для його об'єктів, а й суб'єктів) вказує на те, що цей вид діяльності є не просто свідченням громадянської позиції бізнесу, проявом його небайдужості до соціально-екологічних проблем. Він виступає обов'язковою умовою забезпечення тривалого успіху, а тому заслуговує на всезагальне визнання та управлінське втілення приватним сектором.

Список використаних джерел

1. Келлер С., Прайс К. Больше, чем эффективность. М. : Альпина Паблишер, 2015. 417 с.
2. Баюра Д. О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2011. № 24. С. 212–218.
3. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу : монографія / за заг. ред. М. П. Буковинської. Київ : ЦП "Компринт", 2015. 297 с.
4. Герасименко Г. В. Соціальні інвестиції підприємств: проблеми та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 6. Т. 2. С. 130–133.
5. Галушка З. І. Соціальні інвестиції як інструмент соціальної відповідальності бізнесу. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Сер. : економічні науки. 2012. Вип. 1 (45). С. 193–198.
6. Грیشнова О. А. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та стратегічні напрями розвитку в Україні. *Україна: аспекти праці*. 2010. № 7. С. 3–8.

7. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / за наук. ред. А. М. Колота ; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана", Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. Київ, 2012. 501 с.

8. Орлова Н. С., Харламова А. О. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні : монографія / Донец. держ. ун-т управління. Київ : Кондор, 2014. 276 с.

9. Петрашко Л. П. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес-практиці. *Міжнародна економічна політика*. 2011. № 1-2. С. 115–141.

10. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика / М. А. Саприкіна, О. М. Ляшенко, М. А. Саєнсус та ін. ; за наук. ред. О. С. Редькіна. Київ, 2011. 480 с.

11. Introduction to Socially Responsible Investing (SRI). *The Sustainable Business Case Book* / Saylor Academy. 2012. URL: https://saylordotorg.github.io/text_the-sustainable-business-case-book/s16-01-introduction-to-socially-respo.html.

12. Дяковський Д. А. Соціально-відповідальні інвестиції як перспективний напрям інвестиційної діяльності: сутність і тенденції. *Наукові записки НаУКМА. Сер. : економічні науки*. 2016. Т. 1. Вип. 1. С. 62–68.

13. Новикова Р. А. Феномен социальных и социально ответственных инвестиций в концепции социальной ответственности бизнеса. *Культура народов Причерноморья*. 2012. № 232. С. 199–202.

14. Музиченко О. В. Сучасні світові тренди тематичного відповідального інвестування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 20. С. 16–22.

15. Гіл, Чарлз В. Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / пер. з англ.: А. Олійник, Р. Ткачук. Київ : Основи, 2001. 856 с.

16. Kim J.-W. Assessing the long-term financial performance of ethical companies. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*. 2010. Vol. 18. No. 3-4. P. 199–208.

17. Карпова Т. С. Соціальне партнерство як основа взаємовигідного співробітництва бізнесу та держави. *Modern Economics*. 2017. № 3. С. 69–77. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/3-2017/UKR/karpova.pdf>.

18. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. *Економічна теорія*. 2013. № 4. С. 5–26.

References

1. Keller, S., Price, C. (2015). *Beyond Performance*. Moscow: Al'pina Publisher [in Russian].

2. Bayura, D. O. (2011). Social investment as the highest level of corporate social responsibility. *Theoretical and applied issues of economics*, 24, 212–218 [in Ukrainian].

3. Bukovyn's'ka, M. P. (Ed.). (2015). *Corporate social responsibility of business*. Ky'viv: Kompry'nt [in Ukrainian].

4. Herasy'menko, H. V. (2010). Social investment of enterprises: problems and prospects of development in Ukraine. *Herald of Khmelnytskyi national university*, No. 6, Vol. 2, 130–133 [in Ukrainian].

5. Halushka, Z. I. (2012). Social investment as an instrument of social responsibility of business. *Bulletin of Chernivtsi Institute of Trade and Economics. Economics*, 1 (45), 193–198 [in Ukrainian].

6. Hrishnova, O. A. (2010). Social responsibility of business: the essence and strategic directions of development in Ukraine. *Ukraine: aspects of labor*, 7, 3–8 [in Ukrainian].

7. Kolot, A. M. (Ed.). (2012). *Social responsibility: the theory and practice of development*. Ky'viv: KNEU [in Ukrainian].

8. Orlova, N. S., Kharlamova, A. O. (2014). *Conceptual principles of corporate social responsibility in Ukraine*. Donec'k [in Ukrainian].

9. Petrashko, L. P. (2011). Corporate social responsibility in Ukrainian business practice. *International economic policy*, 1-2, 115–141 [in Ukrainian].
10. Red'kin, O. S. (Ed.). (2011). *Corporate social responsibility: models and management practice*. Ky'iv: Farbovany'j ly'st [in Ukrainian].
11. Introduction to Socially Responsible Investing (SRI). (2012). *The Sustainable Business Case Book*. Saylor Academy. Retrieved from https://saylordotorg.github.io/text_the-sustainable-business-case-book/s16-01-introduction-to-socially-respo.html.
12. Dyakovs'ky'j, D. A. (2016). Socially responsible investing as a promising direction of the investment activity: the nature and trend. *Scientific notes of National University of "Kyiv-Mohyla Academy". Economics*, Vol. 1, Iss. 1, 62–68 [in Ukrainian].
13. Novikova, R. A. (2012). The phenomenon of social and socially responsible investment in the concept of corporate social responsibility. *Culture of the peoples of the Black Sea*, 232, 199–202 [in Russian].
14. Muzy'chenko, O. V. (2015). The modern trends of thematic responsible investment. *Investments: practice and experience*, 20, 16–22 [in Ukrainian].
15. Hill, C. W. L. (2001). *International Business. Competing in the Global Marketplace*. Ky'iv: Osnovy' [in Ukrainian].
16. Kim, J.-W. (2010). Assessing the long-term financial performance of ethical companies. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 18, No. 3-4, 199–208.
17. Karpova, T. S. (2017). Social partnership as the basis of mutually beneficial cooperation of business and state. *Modern Economics*, 3, 69–77. Retrieved from <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/3-2017/UKR/karpova.pdf> [in Ukrainian].
18. Kolot, A. M. (2013). Corporate social responsibility: the evolution and the development of the theoretical views. *Economic Theory*, 4, 5–26 [in Ukrainian].