

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2016; 5(182): 13-18

УДК 331.445

JEL 480 J530, L660, M540

DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2016/182-5/2>

О. Грішнова, д-р екон. наук, проф.,  
І. Магдич, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

## ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ

*Проаналізовано особливості соціального інвестування та оцінено вплив соціальних інвестицій на основні фінансово-економічні показники діяльності пивоварних підприємств. Обґрунтовано пріоритетні напрями соціального інвестування та розроблено рекомендації щодо активізації соціальних інвестицій на підприємствах пивоварної галузі України.*

**Ключові слова:** соціальні проекти, корпоративна соціальна відповідальність, соціальні інвестиції, підприємства, пріоритетні напрями соціального інвестування, пивоварна галузь.

**Постановка проблеми.** Прогресивні стратегії розвитку підприємств у сучасному світі тісно пов'язані з поняттями соціальних інвестицій та інновацій, скерованих на збагачення людського й соціального капіталу, розвиток місцевих громад, підтримання культурних цінностей та збереження довкілля. Сьогодні підготовка інвестиційних проектів передбачає не тільки оцінку ефективності грошових вкладень та визначення строку окупності, а й визначення ролі компанії в розвитку країни чи регіону, міри її впливу на стейкхолдерів та можливості покращення навколишнього світу. Проте ці ідеї, на жаль, ще не досить поширені на українських підприємствах.

На рівні підприємства *соціальні інвестиції* – це матеріальні, нематеріальні (технологічні, управлінські та ін.) види ресурсів, а також фінансові кошти, що спрямовуються за рішенням керівництва на реалізацію стратегії соціальної відповідальності, соціальних програм та суспільно значущих інвестиційних проектів [6].

Соціальне інвестування є вищою формою як корпоративної соціальної відповідальності, так і інвестиційної діяльності компанії. Реалізація підприємством соціальних інвестицій свідчить як про високий рівень його економічного розвитку, так і про прогресивність менеджменту, високу організаційну культуру, надійні перспективи. Тобто компанія таким чином може набути значних довгострокових переваг, заручитися підтримкою влади і суспільства, значно покращити свій діловий імідж. Зростання лояльності споживачів, підвищення конкурентоспроможності, поліпшення репутації підприємства гарантують зростання рентабельності та прибутковості діяльності.

Турбулентність, суперечливість сучасного соціально-економічного розвитку світу і, особливо – України, з одного боку, створює все нові проблеми, вирішення яких потребує соціальних інвестицій, а з іншого – вимагає все нових доказів не лише соціальної, але й економічної ефективності таких інвестицій для мотивації підприємств спрямовувати кошти саме на них.

Особливо важливі ці питання для підприємств пивоварної галузі, адже вони мають дуже широку аудиторію споживачів, і добрий імідж для них – прямий шлях до збільшення продажу. Водночас пиво є алкогольним продуктом, і нарощення його споживання має бути виваженим і соціально відповідальним.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Проведене нами дослідження показало, що з року в рік підприємства пивоварної галузі впроваджують соціальні проекти, які призводять до суттєвих позитивних наслідків. Проте, як показав аналіз, соціальні інвестиції здійснюють лише великі підприємства галузі, що, з одного боку, дає їм змогу ефективно працювати та розвиватись, а, з іншого боку, є результатом ефективної діяльності. Малі і середні підприємства, на жаль, поки що практично не залучаються до розробки та впровадження соціальних проектів. Крім того, дослідження стану соціального інвесту-

вання на підприємствах пивоварної галузі показало, що впроваджені соціальні проекти дають позитивні ефекти, які мають лише короткостроковий характер.

Питанням соціального інвестування присвячено чимало робіт як вітчизняних, так і зарубіжних вчених [1; 5; 6; 8 – 11], однак потребують поглибленого дослідження з урахуванням специфіки часу і галузі проблеми розробки соціальних програм та підтримки соціальних ініціатив, які мають системний та довгостроковий характер та здатні значно покращити показники діяльності підприємства.

**Методологія дослідження.** Методологічними засадами дослідження є фундаментальні положення сучасної економічної теорії, економіки підприємства, статистики, теоретичні розробки вітчизняних і зарубіжних вчених з питань активізації інвестиційної діяльності підприємств, ефективного впровадження соціальних проектів.

У процесі дослідження застосовано методи логічного узагальнення – для систематизації результатів глобального дослідження щодо впливу соціальної діяльності підприємств на підвищення рентабельності бізнесу; системного аналізу – для групування соціальних проектів; порівняльного аналізу – для дослідження в динаміці витрат ПАТ "Оболонь" на впровадження соціальних проектів; кореляційного аналізу – для визначення пріоритетних соціальних проектів підприємств пивоварної галузі; математичного моделювання – для дослідження впливу соціальних інвестицій на фінансово-економічні показники діяльності ПАТ "Оболонь"; індукції та дедукції – для узагальнення результатів дослідження.

Інформація, що отримана зі звітів із сталого розвитку підприємств пивоварної галузі, та статистичні дані дали змогу виокремити пріоритетні напрями соціальних інвестицій на підприємствах пивоварної галузі України, а побудована модель (кореляційна матриця) дала змогу визначити вплив різних груп соціальних інвестицій на основні фінансові показники діяльності підприємств.

**Об'єктом дослідження** є процес інвестиційної активності вітчизняних підприємств пивоварної галузі.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних і практичних проблем впливу соціальних проектів на ефективність діяльності підприємств пивоварної галузі.

**Метою статті** є розвиток теоретико-методологічних засад дослідження соціальних інвестицій підприємств, аналіз особливостей стану соціального інвестування та оцінка впливу соціальних інвестицій на основні фінансово-економічні показники діяльності пивоварних підприємств, а також надання рекомендацій щодо активізації соціальних інвестицій на підприємствах пивоварної галузі України.

**Результати.** Великий позитивний вплив соціальних інвестицій на ефективність діяльності підприємств доведено в науковій літературі численними дослідженнями та підтверджено на практиці. Одні експерти вважають, що соціальна політика сприяє підвищенню фінан-

сових показників підприємств [9]. Інші науковці прийшли до висновку про те, що соціальні програми – це просто обов'язкова частина витрат, яку повинна приймати на себе компанія [8]. Третя група авторів доводить, що деякі елементи соціальної політики здатні позитивно прямо чи опосередковано впливати на фінансові показники діяльності підприємств, а деякі її елементи (наприклад, підтримка сиріт або малозабезпечених) – це лише статті витрат бюджету підприємства [11].

Глобальне дослідження [10], яке здійснили у 2010 році науковці Гарвардської школи бізнесу, дало змогу визнати: будь-яка соціальна діяльність підприємств, незалежно від її спрямованості, – не лише потрібний, але і вигідний інструмент, здатний значно підвищити рентабельність бізнесу.

Цим дослідженням було охоплено 675 компаній світу, які працюють переважно у сфері виробництва (оскільки саме такі підприємства активніше, ніж інші, інвестують в соціальні проекти). Представники Гарвардської школи бізнесу досліджували стратегії і проекти цих компаній в сфері соціальної відповідальності, а також їх фінансові звіти за період з 1993-го по 2010 рік.

З метою мінімізації можливості отримання нерелевантних результатів, дослідники порівнювали компанії між собою, а також з їх конкурентами, які не реалізують соціальні програми або реалізують їх менш активно. Також під час дослідження порівнювалися фінансові показники відповідних компаній за періоди, що передували соціальному інвестуванню. Основними об'єктами аналізу виступали такі показники діяльності підприємств, як ROA (коефіцієнт рентабельності активів),

ROE (коефіцієнт рентабельності власного капіталу), інвестиційна привабливість, дохід та деякі додаткові значущі показники (наприклад, ефективність праці).

У результаті цього масштабного дослідження було доведено, що компанії, які активно реалізують соціальні програми, випереджають за всіма значимими показниками підприємства, які є менш соціально орієнтовані.

Дослідження [10] показало, що:

- за показником ROA: \$ 1, інвестований в соціально-орієнтований бізнес в 1993 році, приніс інвесторам \$ 7,1 до 2010 року, тоді як той же \$ 1, інвестований в компанію того ж сектора економіки, але яка не здійснювала соціальних інвестицій, приніс інвесторам до 2010 року всього \$ 4;

- за показником ROE: \$ 1, інвестований соціально відповідальними компаніями у власні проекти в 1993 році, конвертувався в \$ 25 до 2010 року. Тоді як показник ROE компаній без соціальних програм склав лише близько \$ 16;

- дохід в соціально відповідальних компаніях в довгостроковій перспективі був на 4,8-10% вищим, ніж аналогічний показник компаній, які не здійснюють соціальних інвестицій, а рівень ефективності праці перевищив цей показник на менш соціально активних компаніях на 37,9%.

Порівняння коефіцієнта рентабельності власного капіталу соціально-орієнтованих компаній з аналогічним показником компаній, що не здійснюють соціальних інвестицій представлено на рис. 1.

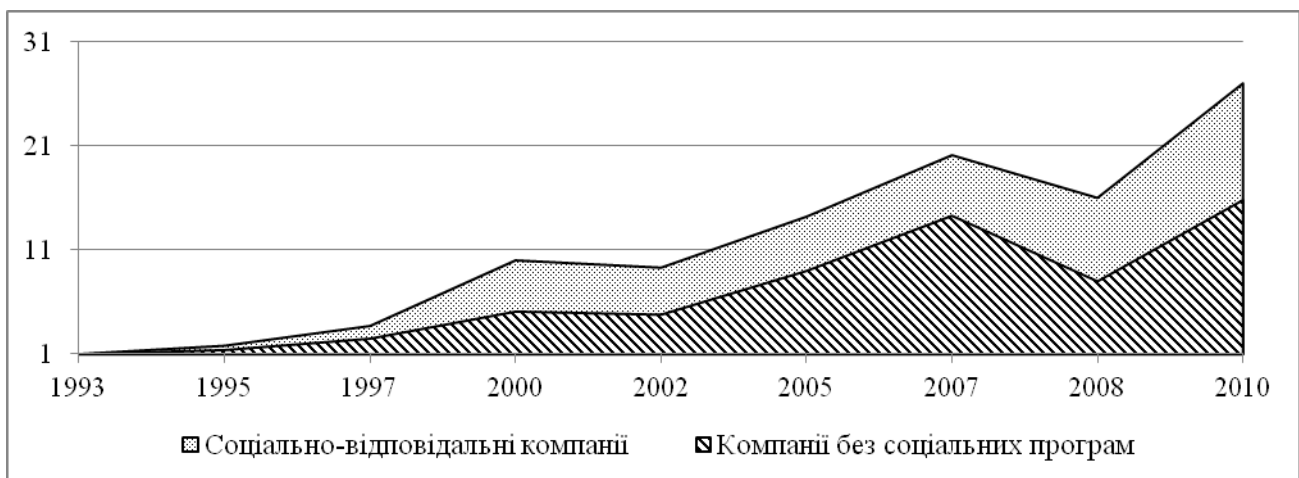


Рис. 1. Рентабельність власного капіталу соціально-орієнтованих компаній порівняно з компаніями, що не впроваджували соціальні інвестиції, 1993-2010 рр.

Джерело: побудовано авторами за даними [10]

Суттєво відрізняється також і середньорічний приріст обсягів продаж компаній: в середньому за 18 досліджуваних років (1993-2010 рр.) річний приріст обсягів продаж соціально-орієнтованих компаній у 2 рази перевищував аналогічний показник компаній, які не реалізували соціальні ініціативи.

Таким чином, можна зробити висновок, що соціально відповідальні компанії більш ефективні та успішні в довгостроковій перспективі порівняно з тими, які не здійснюють інвестиції в соціальну сферу. Отже, соціальна відповідальність – це не тільки сфера витрат, але й інструмент підвищення інвестиційної і фінансової привабливості бізнесу. Підприємства, які на практиці реалізують соціальну політику, отримують можливість незалежно від їх розміру і сфери діяльності залучати кращий персонал і

за необхідності можуть розраховувати на підтримку держави. Крім того, такі підприємства мають кращі відносини зі споживачами і дуже популярні серед інвесторів, їх капіталізація зростає, а, отже, підвищується і стійкість бізнесу до фінансових та інших ризиків.

Зважаючи на вищесказане та беручи до уваги те, що ефективність діяльності прямо залежить від ефективності управління грошовими потоками підприємств, можна зробити висновок, що успішна реалізація соціальних інвестицій на підприємствах пивоварної галузі сприяє підвищенню ефективності управління їх інвестиційними грошовими потоками. Проте, враховуючи загальну кризу в країні в цілому та в галузі зокрема, а також обмеженість обігових коштів на пивоварних підприємствах України, необхідно першочергово впрова-

джувати саме пріоритетні напрями соціального інвестування. Пріоритетними у нашому випадку є такі соціальні інвестиції, які сприяють максимізації фінансових показників підприємств, одним із найважливішим з них є чис-

тий прибуток. Динаміку соціальних інвестицій та деяких фінансових показників діяльності ПАТ "Оболонь" представлено в табл. 1.

Таблиця 1. Соціальні інвестиції та чистий прибуток ПАТ "Оболонь"

Показники	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік
1. Інвестиції в охорону праці, млн. грн.	2,6	3,9	4,5	5,2	3,8
1.1. Інвестиції в атестацію робочих місць, тис. грн.	-	96,2	206,3	269,8	239,3
1.2. Кількість атестованих робочих місць	-	87	156	319	211
1.3. Чисельність працівників, які пройшли навчання з питань охорони праці, осіб	-	123	836	2284	2467
2. Інвестиції в розвиток персоналу та освітні проекти, млн. грн.	1,8	2,5	2,7	3,4	1,5
2.1. Чисельність працівників, які були задіяні у підвищенні кваліфікації, осіб	428	571	741	614	702
3. Інвестиції в соціальний маркетинг, млн. грн.	0,2	0,7	2,6	1,8	0,4
3.1. Інвестиції у розвиток регіонів, млн. грн.	1,4	1,8	2,6	1,0	0,5
3.2. Спонсорство та благодійництво, млн. грн.	0,8	1,4	2,2	1,8	1,1
3.3. Фінансова допомога працівникам, млн. грн.	6,3	10,6	14,1	14,1	14,1
4. Інвестиції у підвищення якості продукції, млн. грн.	21,2	23,2	34,4	35,0	11,7
5. Інвестиції в охорону навколишнього середовища, млн. грн.	23,6	15,3	19,5	16,0	10,0
5.1. Використання природного газу, тис. м <sup>3</sup>	26260	23377	26826	23708	18544
5.2. Використання води, тис. м <sup>3</sup>	3537	3313	3781	3241	2 633
5.3. Споживання електроенергії, Г Дж	247532	229658	309046	275832	195397
5.4. Викиди в атмосферу, тонн	51,34	43,06	41,35	38,8	34,58
5.5. Стічні води, млн. л	2692	2678	2175	1810	1667
Чистий прибуток, млн. грн.	89,5	118,5	223,9	195,3	-538,0
Активи, млн. грн.	3151	3400	3596	3662	3795
ROA	2,84	3,49	6,23	5,33	-14,18
Капітал, млн. грн.	817,6	918,5	1103,5	1323,2	762,1
ROE	10,95	12,90	20,29	14,76	-70,59
Середньорічна сума соціальних інвестицій, млн. грн.	49,4	45,6	63,7	61,4	27,4

Джерело: узагальнено автором за даними [2; 3; 7]

Таким чином, можна виокремити 5 основних груп соціальних інвестицій ПАТ Оболонь:

- інвестиції в охорону праці;
- інвестиції в розвиток персоналу;
- інвестиції у підвищення якості продукції;

- інвестиції в соціальний маркетинг;
  - інвестиції в охорону навколишнього середовища.
- За нашими розрахунками, соціальні інвестиції суттєво впливають на фінансово-економічні показники діяльності підприємства (табл. 2.).

Таблиця 2. Вплив соціальних інвестицій на фінансово-економічні показники діяльності ПАТ Оболонь

Залежна змінна	Чистий прибуток	Коефіцієнт рентабельності активів	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу
Незалежна змінна	Середньорічні витрати на соціальні інвестиції		
Метод	Найменших квадратів		
Період	2010 – 2014 роки		
Скоригований коефіцієнт кореляції	0.598937	0.589076	0.509844
Коефіцієнт впливу	0.199817	0.332987	0.232901
Ймовірність змінної	0.0161	0.0157	0.0144
Ймовірність моделі	0.026078	0.028091	0.046281
Рівняння впливу	Чистий прибуток = 0.1998175652 × Соціальні інвестиції – 971.25695	Коефіцієнт рентабельності активів = 0.3329869639 × Соціальні інвестиції – 25.64085471	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу = 0.2329014731 × Соціальні інвестиції – 117.6242295

Джерело: розраховано авторами за допомогою програмного пакету Eviews-4.0

Як видно з табл. 2, середньорічні витрати на соціальні інвестиції на ПАТ Оболонь визначають на 59,9% чистий прибуток підприємства, на 58,9% – рентабельність активів і на 51% – рентабельність власного капіталу. Побудовані моделі статистично значимі та адекватні (ймовірність моделей та змінних менша, ніж 0,05, а коефіцієнт детермінації – більший, ніж 0,75). Зростання чистого прибутку підприємства на 12% обумовлено соціальними інвестиціями. Соціальні інвестиції забезпечують

9,6% зростання рентабельності активів та становлять 11,9% в зростанні рентабельності власного капіталу.

Для визначення пріоритетності груп соціальних інвестицій здійснимо кореляційний аналіз впливу витрат на соціальне інвестування на фінансові показники діяльності підприємства, а відтак і на ефективність управління інвестиційними грошовими потоками підприємства. Спочатку побудуємо кореляційну матрицю зв'язку виокремлених нами груп соціальних інвестицій та чистого прибутку ПАТ Оболонь (табл. 3).

Таблиця 3. Кореляційна матриця зв'язку груп соціальних інвестицій та чистого прибутку ПАТ Оболонь

	Чистий прибуток	Інвестиції в охорону навколишнього середовища	Інвестиції в розвиток персоналу	Інвестиції в підвищення якості продукції	Інвестиції в охорону праці	Інвестиції в соціальний маркетинг
Чистий прибуток	1.000000	0.708704	0.862600	0.555467	0.480649	0.260970
Інвестиції в охорону навколишнього середовища	0.708704	1.000000	0.320778	0.426984	-0.391040	0.130848
Інвестиції в розвиток персоналу	0.862600	0.320778	1.000000	0.059447	-0.267353	-0.363605
Інвестиції в підвищення якості продукції	0.555467	0.426984	0.059447	1.000000	0.660494	0.861895
Інвестиції в охорону праці	0.480649	-0.391040	-0.267353	0.660494	1.000000	0.769363
Інвестиції в соціальний маркетинг	0.260970	0.130848	-0.363605	0.861895	0.769363	1.000000

Джерело: розраховано авторами за допомогою програмного пакету Eviews-4.0

Результати аналізу показали, що на чистий прибуток ПАТ Оболонь найбільший вплив мають інвестиції в розвиток персоналу (коефіцієнт кореляції становить 0,86); далі слідує інвестиції в охорону навколишнього середовища (0,71); інвестиції у підвищення якості продукції (0,56); інвестиції в охорону праці (0,48) та інвестиції в соціальний маркетинг (0,26). Таким чином, якщо підприємство має на меті збільшити чистий прибуток, пріоритетом соціального інвестування для нього має стати спрямування інвестицій в розвиток персоналу.

Аналогічно була розрахована кореляційна матриця зв'язку різних соціальних інвестицій з наступним показником ефективності діяльності підприємства – коефіцієнтом рентабельності активів. Розрахунки показали, що на коефіцієнт рентабельності активів найбільший вплив мають також (як і на чистий прибуток) інвестиції в розвиток персоналу (коефіцієнт кореляції ставить 0,86), а найменший – інвестиції в охорону праці (коефіцієнт кореляції 0,25). Таким чином, якщо підприємство має на меті збільшити рентабельність активів, пріоритетним напрямом соціального інвестування для нього має стати розвиток персоналу.

Кореляційна матриця зв'язку різних соціальних інвестицій та коефіцієнта рентабельності власного капіталу показала, що на коефіцієнт рентабельності власного капіталу найбільший вплив мають інвестиції в розвиток персоналу; а найменший – інвестиції в охорону праці (коефіцієнт кореляції ставить 0,81 та 0,17 відповідно). Таким чином, якщо підприємство має на меті збільшити рентабельність власного капіталу, пріоритетним напрямом соціального інвестування для нього має стати також (як і у випадку з чистим прибутком та рентабельністю активів) розвиток персоналу.

Таким чином, пріоритетні напрями активізації соціального інвестування на підприємствах пивоварної галузі України зображено на рис. 2.

Отже, одним із найважливіших напрямів активізації соціального інвестування підприємств пивоварної галузі є інвестиції в розвиток персоналу. У розвинених країнах соціально-орієнтовані підприємства постійно шукають шляхи розвитку персоналу. Важливим досягненням у цьому напрямі є впровадження стандарту управління персоналом "Invest in People", який забезпечує створення ефективної системи взаємодії в організації та сприяє підвищенню результативності управління працею. Такий підхід надає змогу визначити та реалізувати заходи, що спрямовані на удосконалення управління персоналом, покращення системи комунікацій та налагодження зворотного зв'язку.

На підтвердження ефективності такої соціальної інновації можна навести результати дослідження ефективності використання стандарту якості в системі управлін-

ня "Invest in People". Дослідженням було охоплено діяльність 1600 компаній, серед яких порівно представлені сертифіковані організації державного сектору, малі та середні підприємства (5–249 співробітників), великі компанії (понад 250 співробітників) і несертифіковані компанії. При цьому організатори опитування встановили, що "організаційні зміни, впроваджені роботодавцями в сертифікованих компаніях, сприяли отриманню прибутку вдвічі більшого, ніж зміни, реалізовані в інших компаніях". За результатами дослідження було встановлено, що збільшення прибутку внаслідок впровадження інноваційного підходу до управління персоналом в компаніях-інвесторах забезпечується за рахунок таких змін: у сфері навчання та розвитку (на 32% підприємств), у системі оцінки персоналу та отримання зворотного зв'язку (на 28%). Залучення співробітників до управління діяльністю підприємств зазначили 91% підприємств, зростання продуктивності праці – 73%, покращення професійних навичок – 74% підприємств. Непрямим визнанням ефективності такого напрямку соціальних інновацій є також те, що 94% з 1600 опитаних роботодавців вважають доцільним і надалі підтримувати систему "Invest in People" на своєму підприємстві, а 71% керівників зазначають, що вимоги стандарту орієнтують їх на постійне поліпшення і розвитку організації [1, 176].

Крім того, перспективним напрямом розвитку персоналу та посилення мотивації є постійний моніторинг потреб персоналу шляхом опитування, що не потребує великих витрат, але дає змогу сформулювати на основі відповідей працівників адекватну їхнім потребам систему мотивації, що є дієвим засобом підвищення конкурентоспроможності підприємства. Резервом розвитку працівників підприємств пивоварної галузі та підвищення ефективності їх діяльності є організація конкурсів бізнес-ідей та створення корпоративної інформаційної мережі, що забезпечуватиме генерування нових знань, а відтак, і значні конкурентні переваги.

В Україні, зважаючи на проблеми фінансової підтримки розвитку соціальних проектів, корпоративне соціальне інвестування в розвиток персоналу має стати пріоритетним напрямом на шляху до формування конкурентоспроможного підприємства. Тому, за прикладом великих пивоварних підприємств, середні та малі підприємства галузі мають перейняти досвід та активно інвестувати у розвиток людського капіталу.

Підвищення якості продукції – ще один важливий напрям розвитку та закріплення за підприємством статусу соціально-орієнтованого. Пиво – улюблений напій великої частини населення України. Тому вкрай важливим і необхідним є створення високоякісного продукту. На всіх підприємствах пивоварної галузі має діяти система контролю якості сировини та готового продукту на

кожному етапі виробничого процесу, що забезпечить високу культуру виробництва пива.

Важливим соціальним проектом підприємств пивоварної галузі, враховуючи специфіку їхньої діяльності, є проект "Споживай відповідально". Маркетингові комунікації відповідальних підприємств пивоварної галузі спрямовані на: помірне споживання пива; заборону споживання пива неповнолітнім; боротьбу зі споживанням пива за кермом.

Наступною важливою соціальною ініціативою пивоварних підприємств має стати збереження навколиш-

нього середовища. Для цього, за прикладом компанії Карлсберг, необхідно запроваджувати і постійно дотримуватися концепції бережливого, ощадливого виробництва, яка передбачає контроль над забрудненням зовнішнього середовища вуглекислим газом, раціональне використання природних ресурсів, підвищення енергоефективності, удосконалення очисних споруд та введення біогазових установок; підвищення екологічності упаковки та підтримку ефективної роботи обладнання.

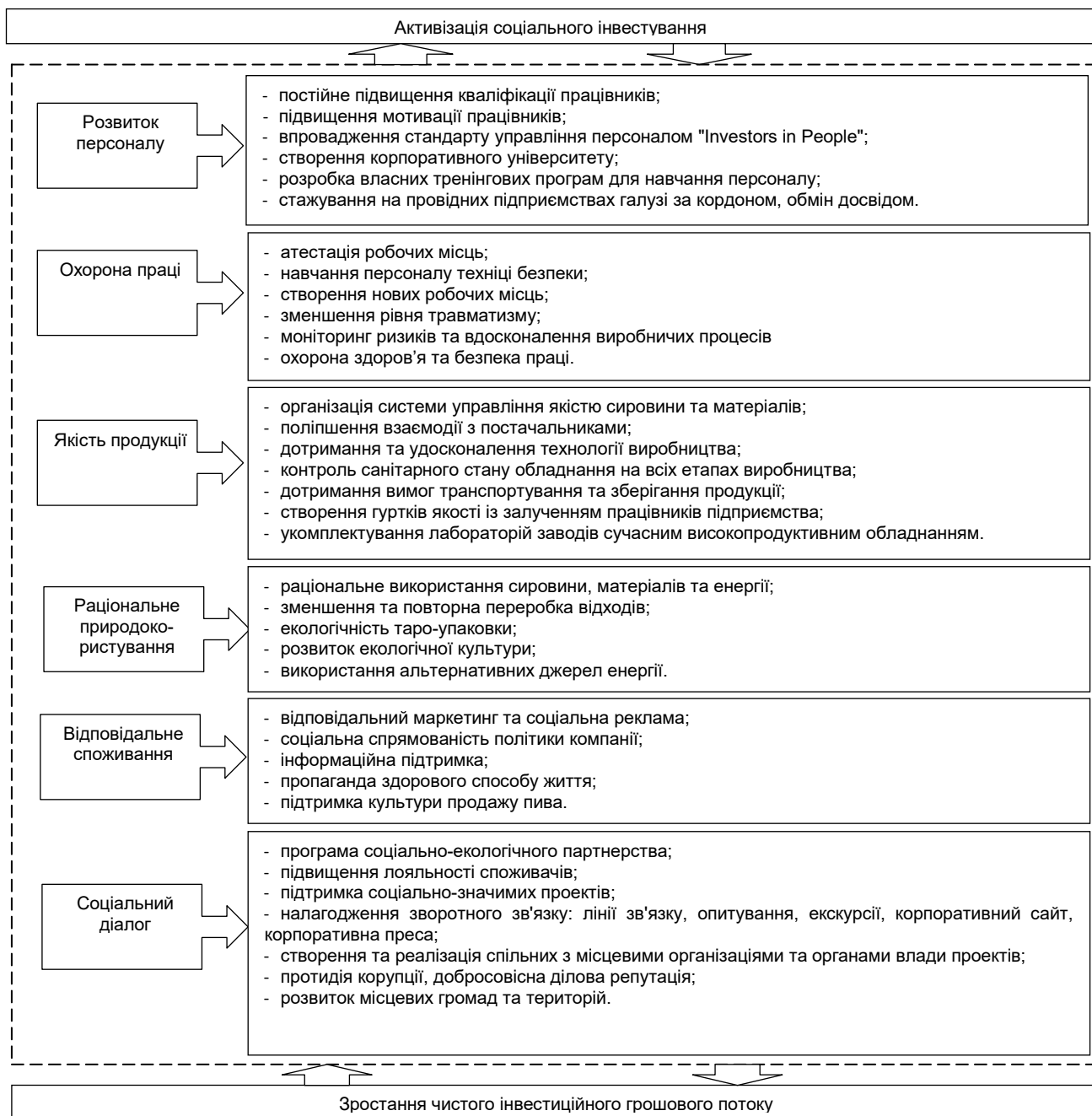


Рис. 2. Напрями активізації соціальних інвестицій на підприємствах пивоварної галузі України

Джерело: складено авторами

**Висновки та дискусія.** Відкрита і прихована дискусія щодо доцільності соціальних інвестицій бізнесу продовжується як у теорії, так і на практиці. Наше дослідження, здається, навело нові переконливі докази того, що соціальні інвестиції мають суттєву економічну ефек-

тивність. З використанням економіко-математичних методів виділені напрями, які є найбільш ефективними для підприємств пивоварної галузі України. Це передусім інвестиції: в розвиток персоналу, в охорону навколишнього середовища, у підвищення якості продукції, в

охорону праці та інвестиції в соціальний маркетинг. Попри це, ідеї соціального інвестування втілюються лише на кількох найбільших підприємствах галузі. А щодо всіх пивоварних підприємств можна зробити невтішний висновок про те, що в сучасних умовах не забезпечене ефективне партнерство представників влади, власників бізнесу та працівників підприємств. Лише шляхом тісної взаємодії та співпраці можна досягти важливої мети – реалізації нагальних соціально-орієнтованих програм, що забезпечать розвиток суспільства та територій, сприятимуть розвитку освіти, науки, культури та інших соціальних сфер, та водночас будуть економічно ефективними.

Отже, впровадження соціальних інвестицій у практику діяльності підприємств пивоварної галузі має величезні переваги, зокрема: удосконалення бізнес-процесів, що проявляється в підвищенні продуктивності праці, збільшенні прибутків, економії виробничих ресурсів; покращення іміджу та ділової репутації підприємства; зростання конкурентоспроможності кадрового потенціалу (підвищення кваліфікації працівників та їх мотивації, всебічний розвиток працівників, формування інтелектуальної складової праці, сприяння лояльності та стабільності персоналу, збільшення інноваційної активності працівників); залучення додаткових фінансових ресурсів для реалізації соціально-орієнтованих програм.

#### Список використаних джерел

1. Грішнова О.А., Міщук Г.Ю. Соціальні інновації у трудовій сфері: сутність, види, особливості реалізації в Україні // Демографія та соціальна економіка. – 2013. – № 2 (20). – С. 167-178.

Е. Гришнова, д-р екон. наук, проф.,  
И. Магдыч, асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

2. Звіт зі сталого розвитку корпорації Оболонь за 2010-2011 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://obolon.ua/files/site/OBOLON\\_-\\_Sustainability\\_Report\\_2010-11\\_\(UKR\).pdf](http://obolon.ua/files/site/OBOLON_-_Sustainability_Report_2010-11_(UKR).pdf)

3. Звіт зі сталого розвитку ПАТ Оболонь за 2011-2012 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://obolon.ua/files/site/ZVIT%20Obolon%20CSR%202011-2012.pdf>

4. Звіт зі сталого розвитку ПАТ Оболонь за 2012-2013 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://obolon.ua/files/site/obolon\\_ar\\_2013\\_work\\_52.pdf](http://obolon.ua/files/site/obolon_ar_2013_work_52.pdf)

5. Соціалізація відносин у сфері праці в контексті стійкого розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. А. М. Колота; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". – Київ: КНЕУ, 2010. – 348 с.

6. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. та ін.]; за заг. ред. А. М. Колота; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". – Київ: КНЕУ, 2015. – 519 с.

7. Устойчивое развитие корпорации Оболонь за 2013-2014 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://report.obolon.ua/ru/enter/>

8. Brammer, Stephen and Millington, Andrew. (2008) Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. Strategic Management Journal, Vol.29 (No.12). 1325 – 1343. Available at: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.714>

9. Cheng B, I Ioannou, G. Serafeim. Corporate Social Responsibility and Access to Finance. Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=1847085>

10. Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2012). The impact of a corporate culture of sustainability on corporate behavior and performance Management Science, 60(11): 2835-2857. Available at: <http://earthsayers.tv/sustainabilityadvocate/wp-content/uploads/2012/04/Working-Paper-Sefereini-et-al.pdf>

11. Margolis, Joshua D. and Elfenbein, Hillary Anger and Walsh, James P. (March 1, 2009) Does it Pay to Be Good...And Does it Matter? A Meta-Analysis of the Relationship between Corporate Social and Financial Performance Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1866371> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1866371>

Надійшла до редколегії 10.03.16

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ АКТИВИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Проанализированы особенности социального инвестирования и оценено влияние социальных инвестиций на основные финансово-экономические показатели деятельности пивоваренных предприятий. Обоснованы приоритетные направления социального инвестирования и разработаны рекомендации по активизации социальных инвестиций на предприятиях пивоваренной отрасли Украины*  
*Ключевые слова: социальные проекты, корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции, предприятия, приоритетные направления социального инвестирования, пивоваренная отрасль.*

O. Grishnova, Doctor of Sciences (Economics), Professor,  
I. Magdych, PhD Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

## ECONOMIC FEASIBILITY AND PRIORITY DIRECTIONS OF ACTIVIZATION OF SOCIAL INVESTMENTS OF THE ENTERPRISES

*The article explores the features of social investment and estimated impact of social investment on key financial and economic indicators of the breweries. It proved priority areas in social investment and offered to recommendation to improve social investment in the enterprises of the brewing industry in Ukraine.*

*Keywords: social projects, corporate social responsibility, social investment, enterprise, priority areas in social investment, brewing industry.*

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2016; 5(182): 18-24

УДК 368

JEL: G 22

DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2016/182-5/3>

Т. Моташко, канд. екон. наук, асист.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

## РОЗВИТОК СВІТОВОГО РИНКУ СТРАХУВАННЯ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

*Досліджено роль діджиталізації у розвитку страхового ринку, виокремлено переваги використання цифрових технологій для учасників страхового ринку. Проаналізовано основні тенденції розвитку світового ринку страхування, зумовлені його діджиталізацією. Визначено ключеві орієнтири у діяльності страхових компаній в сучасних умовах.*

*Ключові слова: страховий ринок; світовий ринок страхування; діджиталізація; діджитал-страхування; цифрові технології у страхуванні.*

**ВСТУП.** Новим етапом у розвитку страхового ринку є його діджиталізація. Перехід страхового бізнесу на цифрові технології є життєво необхідною вимогою сучасності. В умовах загострення конкуренції, зростання вимог з

боку споживачів і нагляду, страховий ринок стрімко займає лідируючі позиції на передовій технологічного прогресу. На сьогодні спостерігається повноцінне проникнення цифрових технологій у бізнес-процеси міжнарод-

© Моташко Т., 2016