

10. Про режим іноземного інвестування. – ЗУ від 19.03.1996р. № 93/96-ВР.
11. Соловьева О. Украина больше не хочет заниматься разработкой нефтеносного шельфа с американцами. Готовится предложение «Газпрому» // Новый регион– Крым. - 31.10.06.
12. Терещенко Г. Н. Мировая практика формирования и использования природной ренты. Проблема “приватизации ренты”//Развитие российской экономики в условиях глобальных технологических сдвигов. – 02.05.2006.
13. Швец Т. Черное море, черное золото, черный кот// Зеркало Недели,2006, № 36.
14. <http://www.miripravo.ru>

Побирченко В.В, Школоберда Н.М., Пантелеева Н.В. **ИНВЕСТИЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ** **БИЗНЕСА**

Актуальность темы. Транснациональные компании оказались сегодня в центре дискуссий об общественной роли бизнеса. Суть дебатов сводится к тому, что деятельность каждой компании должна быть направлена не только на извлечение дохода, но и на обустройство общества. Многие компании, по крайней мере, те, что претендуют на мировое лидерство, начали инвестировать в «местное сообщество».

Частный бизнес почти во всех странах мира стал сегодня основным двигателем экономического развития. Возрастает и его глобальное влияние. Это, с одной стороны, создаёт для бизнеса новые возможности, а с другой – повышает социальные ожидания и давление на бизнес со стороны общественных структур. Акционеры требуют от руководства компаний повышения конкурентоспособности и увеличения прибыльности. А некоммерческие и общественные организации (НКО) требуют от бизнеса большей социальной ответственности и значимости. В результате ведущие мировые компании основательно пересмотрели свои стратегии в плане корпоративной филантропии и инвестирования в «местное сообщество». Возрос «профессиональный уровень» этих программ, ставших составной частью глобальных стратегий компаний. Мировая практика свидетельствует, что бизнес может и должен решать проблемы общества – грамотная социальная стратегия приносит определённые дивиденды и обществу, и корпорации [1].

Актуальность темы обусловлена тем, что сегодня необходимы новые инновационные формы социального инвестирования, связанные с развитием трудовой активности человека и представляющие собой инвестиции в развитие человеческого ресурса, как стратегического направления, а не в прерывание воспроизводства бедности, как сиюминутной задачи.

Степень изученности проблемы. С конца 60-х годов XX века человеческий ресурс становится главным источником роста производительности труда и валового национального продукта экономически развитых стран. Становление теории социальных инвестиций в человеческий капитал происходило на стыке экономических, биологических, психологических, философских наук и тесно связано с исследованиями Г. Беккера, И. Бен-Порета, М. Блауга, У. Боузона, Э. Денисова, Р. Арона, П. Дракера, А. Тоффлера и других. Современные западные ученые в центр своих исследований ставят изучение жизнедеятельности человека как носителя субъективированных знаний, важнейшего субъекта производства и социального инвестирования. В условиях демократизации постсоветского общества наша экономическая наука получила возможность использовать мировые научные достижения в сфере социальных инвестиций. Так, тенденции возрастания роли человека в современном обществе как субъекта социального инвестирования нашли отражение в работах отечественных ученых Л.И. Абалкина, И.В.Бушмарина, В.Г. Игнатова, В.Л. Иноземцева и других. Проведенный анализ показывает, что в отечественной экономической науке тема социальных инвестиций новая, недостаточно разработанная, многоаспектная и дискуссионная.

Цель статьи - анализ форм и источников социального инвестирования.

Для достижения цели исследования были поставлены следующие задачи:

- 1) проанализировать современные тенденции к пониманию сути социального инвестирования;
- 2) выявить основные источники и формы социального инвестирования и дать оценку их влияния;
- 3) выявить доминантные направления социальных инвестиций корпораций.

Основная часть. Социально - ответственное инвестирование (socially responsible investing, ethical investing) – процесс принятия инвестиционных решений, учитывающий в рамках традиционного финансового анализа социальные и экологические последствия инвестиций. В его основе лежит изучение и выделение в качестве приемлемых объектов для инвестирования компаний, удовлетворяющих определенным критериям корпоративной ответственности (corporate social responsibility), под которой понимается открытая и прозрачная деловая практика, базирующаяся на этических ценностях, уважении к своим сотрудникам, акционерам и потребителям, а также заботе об окружающей среде [2].

В настоящее время сегмент социально - ответственных инвестиций (СОИ) представлен на финансовых рынках во всех регионах мира. Объем мирового рынка СОИ в 2006 г. - 2,8 трлн. долл., из них на США приходится 2,29 трлн. долл., что составляет 80 % мирового рынка СОИ [4].

На начало 2007г. в США было зарегистрировано 230 социально ответственных взаимных фондов с активами в 153 млрд. долл. В 1999г. фондов, использующих при построении портфеля социальные и экологические фильтры, было 168. Социальные фонды присутствуют почти во всех категориях взаимных фондов: фонды акций, облигаций, сбалансированные, иностранные, индексные, денежного рынка.

В 2006г. в профессионально управляемые портфели, использующие одну или более из 3 стратегий, со-

ставляющих в США понятие социально - ответственных инвестиций, было вложено более 2.34 трлн. долл. Таким образом, в США один из 8 долларов, находящихся в профессиональном управлении, принадлежит к социально ответственным и экологическим инвестициям - почти 12% из 19.9 трлн. долл.

В Европе рынок СОИ отличается быстрым ростом, более 30% в год. В Европе действует около 250 социально ответственных фондов, и их активы превышают 15 млрд. долл.[5]. Отличительными характеристиками социального инвестирования являются:

1. Создание устойчивого финансирования в долгосрочном периоде (программы микрокредитования, обеспечивающего возвратность инвестиций компаний и прирост за счет выплаты процентов по кредитам; создание endowment – вложение инвестиций в фонд, который финансирует грантовые программы из процента на инвестированный капитал; приращение ресурса за счет вклада со стороны грантополучателей – долевое финансирование).

2. Выбор направления финансирования, которое позволяет поддерживать не отдельную проектную идею, а «машину» по производству проектных идей.

3. Выбор грантополучателя / партнера с проверенной репутацией и через партнерство, совместная разработка и реализация социальных программ [1].

Различают три направления социально ответственного инвестирования:

1. Первое - "просеивание" (screening) или выбор для инвестиционного портфеля бумаг тех компаний, которые отвечают заданным социальным или экологическим критериям. "Просеивание" может осуществляться по принципу исключения ("negative" или "avoidance" screening), что предполагает удаление из списка рассматриваемых объектов для инвестирования компаний, чья продукция или деловая практика противоречат этическим или моральным ценностям инвестора. Но в последнее время большую популярность обретает "positive screening" или "просеивание", предполагающее целевой поиск бумаг тех компаний, которые характеризуются положительным влиянием на развитие общества и вносят вклад в дело защиты окружающей среды.

2. Вторая стратегия для социально сознательных инвесторов носит название "активность в роли акционеров" (shareholder activism или shareholder advocacy). Инвесторы выступают совладельцами компаний, в акции которых они инвестировали свои средства, и из статуса акционера вытекают их права и обязанности. Все большее число социально ориентированных инвесторов используют свою роль совладельцев для того, чтобы поднимать волнующие их вопросы в отношении деятельности или деловой практики компании.

3. Третья возможность участвовать в социальных инвестициях - это "местные инвестиционные программы" (community investing). Средства, предоставленные инвесторами в рамках этих программ, в виде финансирования под низкий процент направляются людям, принадлежащим к малообеспеченным слоям населения, находящимся в неблагоприятных экономических условиях и проживающим в бедных городских и сельских районах и в отсталых развивающихся странах. Без существования подобных программ эти люди не имели бы возможности получить доступ к заемным средствам в традиционных финансовых институтах [3].

В 1999 г. во время косовского кризиса добровольцы от компаний Microsoft совместно с Hewlett-Packard, Compaq, Securit и ScreenCheck и с неправительственными организациями, например с Международной организацией по вопросам миграции, работали над созданием портативной компьютерной системы регистрации беженцев. Для этого проекта было разработано специальное аппаратное и программное обеспечение. Только в начальный период использования этой системы было зарегистрировано более полумиллиона беженцев.

A British Telecom, Dell, Newbridge, Networks, Nortel Networks, Oracle предоставляли албанским беженцам коммуникационные услуги.

IBM осуществляет техническую поддержку сайта Красного Креста. Результатом этого стало резкое увеличение on-line пожертвований.

Glaxo Wellcome осуществляет программу ликвидации последствий катастроф в тот период, когда международный интерес к проблеме ослабевает. Эта компания поддержала, например, учреждение медицинских центров для беженцев, возвращающихся в Руанду [5].

От инвестирования в сообщество корпорации стремятся получить и отдачу. Например, банки не только предоставляют клиентам услуги на льготных условиях, но и оказывают помощь в получении финансового образования. Некоторые компании, особо заинтересованные в безопасности на дорогах, помогли Мировому банку организовать программу «Партнерство по безопасности на дорогах». В их число вошли 3М и TRW, продукция которых прямо связана с безопасностью на дорогах, а также корпорации Ford, Volvo, Diageo и Heineken, которые проводят пропагандистские кампании «ответственного употребления алкоголя» за рулем. Программа Microsoft «Европейские ученые» направлена на то, чтобы помочь безработным приобрести необходимые знания и получить работу в сфере информационных технологий.

Для обеспечения доступа к новым ресурсам на глобальном, национальном и локальном уровнях компании формируют коалиции и так называемые межсекторные партнерства. В последнее время появились партнерские группы, цель которых – объединить ресурсы, используемые в «социальном направлении». Примерами партнерства на национальном уровне могут служить Business Trust в Южной Африке и Business Links в Индонезии. Обе партнерские группы были организованы в 1999 г. Business Trust была учреждена более чем 100 компаниями для создания новых рабочих мест. А Business Links, поддержанная 15 ТНК, Мировым банком, Форумом лидеров бизнеса, национальными неправительственными организациями и бизнес-группами, помогает предприятиям малого и среднего бизнеса преодолевать последствия финансо-

вого кризиса в Азии. Кроме того, на глобальном уровне компании создают партнерские группы с участием ООН [4].

Программы социального инвестирования – это еще и один из способов повысить участие корпорации в обсуждении политических вопросов. Пример – образованное в США «Партнерство по вопросам предоставления качественных медицинских средств». Изначально фармацевтические компании и гуманитарные НКО объединились, чтобы усовершенствовать процесс распределения лекарств. Сегодня они сотрудничают с американским правительством и по вопросам совершенствования законодательной базы в этой области.

Еще один аспект социального инвестирования – это формирование некоммерческих и общественных организаций в сообществах-реципиентах. Так, Johnson and Johnson's стимулирует развитие НКО в области здравоохранения в европейских странах, в том числе в странах постсоветского пространства. A McKinsey & Company реализует соответствующие программы в Индии и Южной Африке [3].

Корпорации разрабатывают критерии, по которым можно оценить воздействие программ социального инвестирования на «местное сообщество». BP Amoco одной из первых начала проводить систематическую оценку программ по инвестированию в сообщество. Такие компании, как Diageo, Shell, Ford Motor Company, включают оценку воздействия на «местное сообщество» в более широкий контекст социального аудита их основной производственной деятельности.

ТНК используют для реализации программ по работе с «местным сообществом» самые разные структуры и механизмы. В их числе:

- корпоративные фонды (они могут быть интернациональными, как у Diageo, или локальными);
- глобальные программы (такие, как программа Shell по поддержке молодых бизнесменов; программа BP Amoco, направленная на увеличение контактов между научными школами и университетами);
- добровольная активность персонала компании (типична для Levi Strauss, Marks and Spencer, British Telecom);
- cause-related marketing;
- стратегическое партнерство с НКО (многие ТНК, включая McDonalds, Nike, Intel, Citigroup, установили долгосрочное партнерство с международными НКО, такими как ActionAid, CARE International, ACCION);
- поддержка союзов и коалиций «бизнес в обществе» (среди них ФЛБПУ, «Бизнес в обществе» (Великобритания), «Работа и общество» (Швеция), «Национальная бизнес-инициатива» (Южная Африка));
- поддержка национальных благотворительных центров [6]

Достаточно трудно рассчитать эффективность того или иного механизма. Работа в каждом направлении преследует различные цели и приносит различные дивиденды.

Сравнительно недавно в обиход вошел термин «венчурная филантропия» (англ. venture philanthropy). Впервые этот термин ввели в оборот предприниматели Силиконовой долины в 90-е годы XX в. Венчурная филантропия основывается на принципах и подходах, применяемых в венчурном капитале, и предполагает возможность применить свои таланты, профессиональный опыт на благо общества. По своей сути и принципам это понятие близко к социальному инвестированию. Отличия очень невелики, и вызваны тем, что концепции разрабатывались разными школами.

Венчурная филантропия – вид благотворительности, который нацелен на использование стратегий управления бизнесом (венчурного предпринимательства) в сфере благотворительной деятельности. Концепция венчурной филантропии подразумевает не просто жертвование средств, но и через партнерское взаимодействие способствует организационному / институциональному развитию грантополучателей. Основная идея – творческий, инновационный подход к решению социальных проблем [2].

Как и социальное инвестирование, венчурная филантропия направлена не на решение текущих социальных проблем и финансирование социальных проектов, даже если оно осуществляется на постоянной основе, а направлено на укрепление финансовой устойчивости и организационное развитие грантополучателя, институциональное развитие, укрепление социальной инфраструктуры, создание саморазвивающихся, дублирующихся механизмов решения социальных проблем. Венчурная филантропия поощряет введение рыночных принципов и механизмов в управление социальными и благотворительными программами, ориентируя их на повышение эффективности и достижение самоокупаемости в долгосрочном периоде.

Взаимодействие между компанией и грантополучателем основано на совместном процессе принятия решений, выработке общего видения, целей и взаимовыгодных результатов, разработке и корректировке программной деятельности, процедур взаимоприемлемого контроля. Венчурная филантропия трансформирует отношения донор – реципиент в равноправные партнерские отношения. Донор активно вовлечен в процесс социальных изменений, вкладывает не только материальные ресурсы, но также профессиональные знания и связи.

Венчурная филантропия, так же как и социальное инвестирование, ориентирована не на достижение количественного результата, а на качественные изменения в социальной сфере, при этом особое внимание уделяется связи между социальными программами и основной деятельностью компании и максимальному использованию ресурсов для извлечения бизнес-выгоды из взаимодействия [5].

Выводы. Времена, когда эффективность бизнеса оценивалась исключительно его финансовыми результатами, проходят. Сегодня возникает необходимость измерять преимущества и выгоды от следования принципам корпоративной ответственности для самого бизнеса и общества в целом, совершенствовать механизм отчетности компаний в отношении их участия в программах развития отдельных регионов, создания рабочих мест, облагораживания рыночного пространства и окружающей среды. То ли благодаря пробудившемуся сознанию, то ли просто благодаря хорошему деловому чутью руководители корпораций все

чаще призывают теперь к принятию новых кодексов социальной этики для деловых предприятий, поскольку новая глобальная экономика предъявляет им новые требования.

Господствующей тенденцией в корпоративной политике становится решение таких проблем как налаживание обратных связей с инвесторами и потребителями, рассмотрение их жалоб и предложений, учет экологических рисков, ориентация на социально ответственные инвестиции.

Компании, которые приобрели хорошую репутацию у потребителей благодаря своей активности в социальной и экологической сфере, получают многочисленные преимущества. Среди них более широкие возможности по привлечению квалифицированных кадров, желающих работать в социально ответственных компаниях, доверие и лояльность потребителей, сокращение расходов на судебные разбирательства и ликвидацию ущерба для окружающей среды.

Источники и литература

1. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность.- К.: Освіта, 2006.
2. Йеспер Кунде. Корпоративная религия.- М.: Наука, 2005.
3. www.covalence.ch
4. www.evrasia.msk.ru
5. www.civicus.org
6. www.societyandbusiness.gov.uk
7. www.bitk.org.uk/docs

Приз Е.И.

ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ УКРАИНЫ СО СТРАНАМИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Введение. После обретения независимости Украина стала самостоятельным субъектом международных политических и экономических отношений, что обусловило необходимость определения приоритетов внешнеэкономического курса страны. В числе приоритетных векторов внешнеэкономической политики, правительством Украины выбран курс на европейскую интеграцию, который впервые был провозглашен 3 июля 1993 г. в «Основных направлениях внешней политики Украины». Практическим исполнением этого курса стало подписание 14 июля 1993 г. в Люксембурге Соглашения о партнерстве и сотрудничестве (СПС) между Украиной и ЕС.

Сотрудничество с Европейским Союзом является для Украины важным условием ее интеграции в мировое сообщество, одним из аспектов успеха демократических преобразований и перехода к полноценным рыночным отношениям, особенно теперь, когда ЕС стал крупнейшим центром экономического и политического развития Европы, примером совершенно новых отношений между государствами. К тому же, ЕС является вторым, после стран СНГ, крупнейшим торговым партнером Украины. Такая ситуация формирует актуальность проблемы определения места Украины в торгово-экономическом пространстве ЕС, прогнозирования развития ее дальнейшего сотрудничества с европейскими государствами.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема определения места Украины в торгово-экономическом пространстве ЕС нашла свое отражение в научных исследованиях таких ученых, как В.И. Власов, А. Гриценко, В. Сиденко, А. Барановский, В. Чужиков, В. Чужикова, С. Феофилов, А. Филиппенко, Г. Друзенко, А. Дергачев, Б. Губский, В. Апопий и др. Работы этих ученых, в которых определялись проблемы, перспективы и направления развития торговых отношений Украины со странами ЕС, возможные последствия присоединения Украины к ВТО, и расширения ЕС являются научно-теоретической основой для углубления исследований по проблемам развития внешнеторговых отношений Украины со странами ЕС. Однако остаются недостаточно изученными довольно важные практические аспекты дальнейшего развития внешнеторговых отношений Украины со странами ЕС как основы повышения эффективности функционирования экономики Украины. Следует отметить, что ряд принципиальных вопросов нуждается в более подробном изучении, а именно: легальность и прозрачность проводимых экспортно-импортных операций, разработка Национальной программы обеспечения конкурентоспособности отечественных производителей, разработка и имплементация таможенного законодательства, которое отвечает международным стандартам и стандартам ЕС, четкое определение приоритетов развития торгово-экономических отношений Украины и ЕС.

Постановка задачи. Целью данной статьи является выявление основных тенденций и особенностей современного состояния внешнеторговых отношений Украины со странами Европейского Союза, а также определение направлений дальнейшего торгово-экономического сотрудничества. В соответствии с поставленной целью, рассмотрена внешнеторговая политика Украины на современном этапе, изучена динамика внешней торговли Украины со странами ЕС, определены последствия расширения Европейского Союза для Украины, выделены проблемы деятельности украинских экспортеров на европейских рынках, намечены приоритеты в развитии торгово-экономических отношений Украины со странами ЕС.

Результаты исследований. На сегодняшний день рынок ЕС-27 для Украины – второй по значению после СНГ. Его доля в общем объеме внешней торговли Украины составляет 32%. В то время как доля Украины во внешнеторговом обороте ЕС отличается на порядки и составляет менее 1 %, что свидетельствует