

Секція: Економіка і управління підприємством

Нечипорук Наталія Віталіївна

кандидат економічних наук, завідувач кафедри фінансів та обліку

Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ

За останній час численна кількість компаній приходять до усвідомлення того, що залучення не фінансової звітності до корпоративної практики покращує сталий розвиток бізнесу, сприяє підвищенню ефективності персоналу та лояльності споживачів. Також публічне інформування соціальних ініціатив доводить прозорість системи управління, тим самим покращуючи та зміцнюючи репутацію компанії [1].

Соціальним звітом підприємства є не просто звіт кількісних і якісних показників його громадської діяльності, а складна система інформації, що відображає значущі соціальні аспекти його діяльності, які можуть призвести до суттєвих наслідків для самого підприємства, споживачів даної продукції, державних органів, акціонерів, контрагентів або будь-яких інших пов'язаних з ним груп суспільства. У свою чергу, корпоративний соціальний звіт або корпоративна звітність в галузі сталого розвитку – документ, в якому комплексно відображаються основні результати і показники діяльності компанії в галузі соціальної відповідальності та сталого розвитку [2].

Корпоративна соціальна звітність: забезпечує формування позитивного іміджу, зміцнення громадської довіри та лояльності до компанії; сприяє створенню сприятливого соціального середовища в регіонах діяльності, підтримання соціальної стабільності; спрямована на підвищення капіталізації компанії в довгостроковій перспективі, зміцнює

довіру інвесторів, будучи показником зниження не фінансових ризиків; дозволяє підвищити рівень корпоративного управління, сприяє виявленню соціальних проблем та оцінки ризиків у даній сфері, підвищує ефективність корпоративних комунікацій.

Практика складання соціальної звітності була введена провідними світовими корпораціями з кінця 1970-х років в цілях зміцнення ділового іміджу підприємства та підвищення його інвестиційної привабливості. Сучасні соціальні ініціативи поряд з тим зумовлюють прибутковість підприємств і їх комерційний успіх. Соціальний звіт служить додатком до бухгалтерського звіту підприємства і містить кілька розділів: про взаємодії підприємства з навколишнім середовищем і проведення заходів, спрямованих на охорону природи; про економічних взаємовідносинах із суспільством (включає дані про заробітної плати, продуктивності праці, створення робочих місць, розхожих на нові технології і наукові дослідження, а також про витрати на навчання) і про соціальні взаємини, що містять, наприклад, відомості про безпеку виробництва, умовах праці, здоров'я персоналу, плинність кадрів, дотримання трудового права, прав людини тощо. Ці показники характеризують соціальну ефективність підприємства. Важливим елементом в процесі соціальної звітності є взаємодія з «зацікавленими сторонами» (стейкхолдерів), громадськістю. Тобто, широке коло людей, груп, організацій, державних структур, на які компанія надає вплив в тому чи іншому вигляді. Способи впливу на них різноманітні: основна діяльність, випускаються продукти або послуги, технології виробництва, бізнес-рішення і стратегії, що приймаються керівництвом компанії, участь у політичній діяльності та лобювання законопроектів та ін.

Ще однією складовою звіту є моніторинг і оцінка внутрішніх процесів управління в компанії. Вона служить засобом спілкування компанії з зовнішнім світом, демонструє вміння бачити ризики та вживати

своєчасні та адекватні дії щодо їх запобігання та зниження. Для зовнішньої аудиторії: владні структури, інвестори або партнери, представлена у звітах інформація є об'єктом аналізу і порівняння, тому порівнянність даних у звіті – одна з найважливіших його характеристик.

За стандартами складання корпоративного соціального звіту, у ньому мають бути такі дані: ключова інформація про діяльність організації за певний період в контексті сталого розвитку та різних аспектах; значна увага у звіті відведена питанням корпоративного управління і розширення діалогу з зацікавленими сторонами – ці питання є дуже важливими для підвищення прозорості компанії і відповідності її діяльності кращим світовим практикам; представлення інформації в області соціально-трудових відносин, поліпшення умов праці, якості життя співробітників, яка відображає прагнення компанії підтримувати статус одного з найкращих роботодавців країни; частина звіту присвячена діям компанії у сфері забезпечення безпеки праці і збереження здоров'я своїх співробітників; звіт відображає взаємовідносини компанії з місцевими громадами: принципи соціального партнерства, основні підходи до діяльності компанії щодо розвитку територій присутності, здійснювані програми та проекти; важливе місце в документі займають відомості про вплив виробничих процесів організації на екологічну обстановку, зниження негативного впливу виробництва на навколишнє середовище; звіт описує діяльність компанії в рамках розвитку нових технологій і нових ділових практик в галузі сталого розвитку.

Фактично більшість підприємств готують річні звіти, які включають інформацію про сталий розвиток, використовуючи різні стандарти і нормативні бази звітності зі сталого розвитку, розроблені незалежними і неурядовими організаціями. В Україні найбільш часто використовуються дві нормативні бази звітності: Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative) (ГІЗ) і Глобальний договір Організації Об'єднаних

Націй (United Nations Global Compact) (ГДООН). ГІЗ – це незалежна організація, створена у 1997 році для розробки нормативної бази звітності зі сталого розвитку. Компанії застосовують ГІЗ добровільно для відображення результатів своєї господарської, природоохоронної та соціальної діяльності, дотримуючись низки показників, які компаніям рекомендують використовувати.

Дана система пропонує методику кількісної зміни соціальної та екологічної відповідальності з використанням конкретних показників. Одним з переваг стандарту є його гнучкість: в рамках звіту компанії можуть застосовувати його частково або ж користуватися загальними принципами [3].

Іншим стандартом звітності являється AA1000 S(Account Ability 1000 Series): розроблений Інститутом соціальної та етнічної звітності; дана система звітності направлена на упорядкування соціальних ініціатив підприємства та підвищення їх ефективності; стандарт встановлює процедуру підготовки звітності й визначає набір критеріїв оцінки соціальної звітності. Ключовим принципом, що лежить в основі цього стандарту, являється діалог зацікавленими сторонами. Найпоширеніша форма соціальної звітності – вільна форма, яку використовує більшість підприємств. Як правило, це барвисті буклети про благодійні заходи підприємства, підтримку освіти в країні, охорону здоров'я, культуру і спорт, а також глянцеві брошури про досягнення в області охорони навколишнього середовища, прав людини, умов праці. Проте дана форма не гарантує достовірності даних звіту, не забезпечує їх порівняння з показниками інших підприємств, що не визнається міжнародними організаціями.

Українські компанії, які підготували звіти відповідно до стандартів ГІЗ, є великими організаціями. Деякі компанії, які підготували зазначені звіти, відзначили, що для збору необхідних даних і підготовки звіту їм

було потрібно мінімум півроку. Обмежене застосування стандартів ГЗ компаніями в Україні та інших країнах може пояснюватися великий об'ємністю і складністю її посібників для застосування невеликими організаціями. Отже, корпоративний соціальний звіт демонструє значущі соціальні аспекти роботи підприємства. Це у свою чергу сприяє розвитку бізнесу та покращення іміджу компанії. Особливість складання такої звітності полягає в тому, що вона формується за певними стандартами, та включає в себе показники, які характеризують соціальну ефективність підприємства. Найпоширенішою нормативною базою для складання соціальної звітності є глобальна ініціатива зі звітності. Вона дає компаніям право вибору, адже є добровільною.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності дозволяє [4]: збільшити прибуток, прискорити темпи його зростання; отримати доступ компаніям до соціально відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до уваги показники, що характеризують діяльність компанії в соціальній та етичній сферах, у сфері захисту навколишнього середовища, збільшити продуктивність і якість продукту (послуги); отримати більше можливостей залучити й утримати співробітників (люди воліють працювати в компаніях, цінності збігаються з їх власними); скоротити претензії з боку регулюючих органів; зробити більш ефективним управління ризиками; підвищити економічну безпеку. Існує декілька індексів, що дозволяють оцінити ступінь соціальної відповідальності організацій – це FTSE4 Good, Dow Jones Sustainable Index та ін.

Література

1. Корпоративна соціальна звітність. URL: http://www.prioritet-pr.com/corporate_social_reporting.php

2. Соціальна звітність. URL:
http://studme.org/19480327/ekonomika/sotsialnaya_otchetnost_predpriyatiya
3. Корпоративна соціальна звітність. URL:
<http://www.pwc.com/ua/ru/publications/publication026.html>
4. Зінченко А. Г. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна // Регіональний аспект. К., 2008. 60 с.