

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кравченко І.Й. ст.викладач

Національний університет харчових технологій

Сьогодні чисто фінансова звітність усе менше задовольняє вимоги зростаючої кількості користувачів, оскільки сучасні стейкхолдери та клієнти потребують ширшого кола розкриття інформації, яка виходить за межі фінансової звітності. Стандартна фінансова звітність перестала бути достатньою, оскільки не висвітлює дотримання підприємством основних принципів сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності. Саме тому, соціальна нефінансова звітність стає одним з головних джерел інформування, а також безпосередньо вказує на соціально орієнтоване ведення бізнесу.

Соціальна звітність корпорацій є найважливішою складовою системи соціальної відповідальності бізнесу. У науковій літературі немає загальноприйнятого визначення поняття «корпоративна соціальна звітність». У різних дослідженнях розглядаються такі категорії, як «нефінансова звітність», «соціально відповідальна звітність», «соціальна звітність», «соціальна і екологічна звітність». Але при аналізі та дослідженні праці вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: А. Андрющенко, О. Балакірєва, М.Буковинська, Р. Ватьє, В.Воробей, О. Касперович, О. Мітрофанов, Н.Семенишена, Ю. Попов, П. Шлендер, О. Шулус можна зробити висновок, що соціальна відповідальність бізнесу - це концепція, згідно з якою компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти в свою комерційну діяльність і взаємодію з зацікавленими особами.

Наявність соціального звіту підвищує привабливість підприємства для інвесторів та позитивно впливає на формування бренду, його репутацію. Оскільки репутація є одним з найважливіших інструментів впливу на фінансові показники підприємства, то відмова від складання корпоративної соціальної звітності може негативно вплинути на вартість підприємства. Головною

перевагою звітності є її доступність не лише управлінській ланці підприємства, а всім зацікавленим сторонам, зокрема, державним органам. Держава як ніхто зацікавлена тому, щоб підприємства складали соціальну звітність, адже це дає змогу слідкувати за соціально-економічною ситуацією в країні, а головне управляти витратами на державні соціальні програми.

Соціальна звітність – це важливий крок до того, щоб бізнес став дійсно соціально відповідальним в кожному своєму рішенні на кожному конкретному ринку, а не в окремих областях діяльності [2].

Проте останнім часом у світі все більше стандартизуються та поширюються форми соціальної звітності підприємств. Головною особливістю таких стандартів є те, що вони створюються та впроваджуються свого роду консорціумом, що може включати представників бізнесу та громадських організацій, а не урядами та державою. Готуючи свої звіти відповідно до стандартів, які отримали міжнародне розповсюдження, компанія може претендувати на те, що створений документ буде верифіковано незалежним аудитором з відповідним сертифікатом [3].

Міжнародні організації (зокрема, Institute of Social and Ethical Accountability) розробили більше десяти років тому перші стандарти соціальної звітності. Дослідження з питань стабільності бізнесу, проведене Pricewaterhouse Coopers ще у 2002 році в США, показало, що окремі стандарти соціальної відповідальності застосовують у своїй роботі 75% компаній. Серед основних причин були названі позитивний ефект для репутації (90% відповідей), конкурентні переваги (75%), зниження витрат (73%).

Треба відзначити, що з кожним роком усе більше компаній намагаються представити соціальні звіти, складені за міжнародними стандартами AA, GRI та іншими, що дає можливість не тільки порівнювати структуру звітів між українськими компаніями, а й проводити порівняння з закордонними організаціями тієї ж типологічної групи [4].

Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності у макроекономічному розрізі, то в Україні лише 13 % компаній зі

100 найбільших за обсягами чистого доходу в 2018 році готують та публікують нефінансові звіти згідно дослідження, проведеного Центром "Розвиток КСВ". Для порівняння - із 250 компаній у розвинених країнах такі звіти готують 80 % компаній, із 2200 компаній у країнах, що розвиваються,- 45 % компаній [1]. Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку.

Інформацію, яку представлено у нефінансових звітах прийнято вважати додатковим пакетом звітності, що не пов'язана з фінансовою звітністю, але враховуючи сучасні тенденції розвитку бухгалтерського обліку можна припустити, що така звітність стане обов'язковим елементом для здійснення оцінки вартості бізнесу. Вже сьогодні можна спостерігати певні зміни, які стосуються певного зближення фінансової звітності та звітності зі стійкого розвитку підприємства. Великі підприємства та транснаціональні корпорації все частіше публікують єдиний річний звіт, який містить повну інформацію про всі види діяльності.

В українській бухгалтерській практиці соціальна звітність поступово стає невід'ємною частиною бізнес-стратегій та пошуку характеристик бізнес-процесів із відповідною внутрішньою організаційною структурою, деталями показників, управлінням та контролем. Однак слід зазначити, що ці розробки стосуються лише корпоративних операцій.

Література

- 1.Воробей, В. Соціальна звітність : стан та перспективи / В.Воробей // Матеріали Зборів мережі Глобального Договору ООН
- 2.Куцик П. Соціальна звітність підприємств: проблеми і перспективи [Електронний ресурс] / П. Куцик, Ю. Семенишена. –Режим доступу: http://sophus.at.ua/publ/2014_11_25_lviv/sekcija_2_2014_11_25/socialna_zvitnist_p_idpriemstv_problemi_i_perspektivi_rozvitku/68-1-0-1111
- 3.Міжнародні ініціативи та стандарти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://un.by/ru/undp/gcompact/initiative/standards.html>

4.Сорокина, Е.М. Отчетность организаций в области устойчивого развития
/ Е.М.Сорокина // Все для бухгалтера. — № 7 (259)