



УДК: 657

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ

Ольга Павликівська; Уляна Плекан

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,
Тернопіль, Україна*

Резюме. Досліджено сутність соціальної звітності. Доведено, що між соціально відповідальною діяльністю та обліком існує тісний зв'язок через те, що бухгалтер несе загальну відповідальність за достовірність, оцінювання та розкриття інформації, включаючи інформацію, пов'язану із соціальними проблемами. Крім того, оскільки даний вид діяльності базується на саморегулюванні (відсутня формалізація через недостатність нормативної бази), відображення показників соціальної діяльності у звітності залежить від суб'єктивної думки бухгалтера і, відповідно, останній несе за цей процес відповідальність. Визначено, що для прийняття ефективних та своєчасних управлінських рішень стосовно соціально відповідальної діяльності необхідним є забезпечення менеджменту підприємства якісною та достовірною інформацією, що здійснити практично неможливо без залучення системи обліку та звітності. Досліджені методико-організаційні підходи до побудови обліку соціально відповідальної діяльності та функціонального вдосконалення інформаційного забезпечення управління при реалізації соціальної стратегії підприємства. Широке розповсюдження ідей сталого розвитку підприємства потребує оптимізації функціональних зв'язків системи управління та обліку соціальної діяльності підприємства як однієї з його основних функцій за допомогою формування соціальної звітності. Саме остання, включаючи відомості про громадянську діяльність підприємства, сполучає взаємодію підприємства й держави. Вивчення необхідності та важливості формування соціальної звітності виявилось великою проблемою для підприємств, оскільки, перевірити вплив такої звітності на його діяльність складно. З цією метою розроблено методичку формування та розповсюдження через засоби комунікацій відкритої соціальної звітності, що дозволить виявити причинно-наслідковий зв'язок між поданням цього виду звітності та з ростанням привабливості підприємства для споживачів та, як наслідок, є ефективним інструментом бізнес-стратегії суб'єктів ринку.

Ключові слова: соціально відповідальна діяльність, соціальна політика, механізми управління, стратегічне управління, інструменти обліку, нефінансова (соціальна) звітність.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.01.062

Отримано 17.02.2021

UDC: 657

SOCIAL REPORTING AS AN ELEMENT OF BUSINESS STRATEGY OF MARKET ENTITIES

Olha Pavlykivska; Uliana Plekan

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil, Ukraine

Summary. The essence of social reporting is investigated. It is proved that there is a close relation between socially responsible activities and accounting because the accountant has general responsibility for the reliability, evaluation and disclosure of information, including information that is related to social problems. Moreover this type of activity is based on self-regulation (lack of formalization due to insufficiency of normative base), the reflection of social activity indicators in the accounting depends on the accountant subjective opinion and, relatively, the latter is responsible for this process. It is determined that for effective and timely management decision-making concerning socially responsible activities it is necessary to provide the company management

with high-quality and reliable information, but practically, this implementation is impossible without accounting and reporting involvement. The methodological and organizational approaches to the reporting of socially responsible activity and functional improvement of information management support in the implementation of the enterprise social strategy are investigated in this paper. The wide peddling of new ideas concerning the enterprise sustainable development requires optimization of the functional links of management and accounting systems of the enterprise socially responsible activity as one of its main functions by means of social reporting. It is latter that combines the interaction of the enterprise, state and society. For this purpose the methodology of formation and extension of the open social reporting by communication media is developed, making it possible to identify the cause-effect relation between this type of reporting and the growth of the enterprise attractiveness for consumers and, as a result, effective tool for business strategy of market participants.

Key words: *socially responsible activity, social policy, managerial mechanisms, strategic management, accounting instruments, non-financial (social) reporting.*

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.01.062

Received 17.02.2021

Постановка проблеми. Наявність ефективної стратегії управління в кризові періоди та її дотримання є основною передумовою стабілізації та розвитку суб'єктів ринку. Залишається беззаперечним факт, що бізнес, який зумів оперативно розробити й упровадити в оперативну діяльність так звану «антикризову карту діяльності» зміг позбутися критичних моментів у діяльності, підвищивши при цьому свою репутацію в основних стейкхолдерів.

Широке розповсюдження ідей сталого розвитку підприємства потребує розгляду принципів соціально відповідальної діяльності (далі СВД), що зумовлює формування й використання не лише стандартної фінансової звітності, а й соціальної. Саме остання, включаючи відомості про громадянську діяльність підприємства, сполучає взаємодію підприємства й держави. Вивчення необхідності й важливості формування соціальної звітності виявилось великою проблемою для підприємств, оскільки перевірити вплив такої звітності на його діяльність складно. Однак цілком зрозумілим є причинно-наслідковий зв'язок подавання звітності з СВД та зростання привабливості підприємства для споживачів, зростання його відкритості та, як наслідок, зростання рентабельності. Представляючи таку звітність, можна продемонструвати, як задекларована мета, цілі підприємства реалізуються за допомогою СВД. Її основна перевага – доступність для всіх зацікавлених сторін. Безперечно, що соціальна звітність спроможна покращити імідж, ділову репутацію й упізнаваність бренду підприємства для всіх стейкхолдерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Не зважаючи на значну кількість досліджень стосовно проблем управління соціально відповідальною діяльністю, відображення цього виду діяльності у звітності підприємства розглядаються в поодиноких випадках. У нашій країні проблемам відображення соціально відповідальної діяльності присвячені дослідження О. Герасименко, І. Жиглей, С. Кузнєцової, С. Левицької, О. Павликівської, У. Плекан, Л. Чижевської та ін.

Основні проблеми, які досліджуються вченими, стосуються використання зарубіжного досвіду щодо проблем відображення СВД у національному законодавстві; формування звітних показників, пов'язаних із СВД; поодинокими розробленнями методичних підходів для її формування.

Зокрема проф. С. О. Левицька стверджує: «Серед завдань, спрямованих на посилення соціальної відповідальності бізнесу в Україні: розроблення системи кількісних та якісних показників оцінювання соціальної відповідальності з урахуванням економіко-екологічної збалансованості підприємницької діяльності; запровадження механізму подання соціальної звітності (у комплексі з показниками існуючих форм звітності або у формі створеної інтегрованої звітності за показниками виконання соціальних гарантій для членів трудового колективу). Зазначене дозволить налагодити контроль з боку держави, власників, трудового колективу за дотриманням державної

політики соціальної підтримки працівників, завчасно акумулювати суб'єктам кошти для таких виплат» [3].

На думку О. Герасименко: «Вітчизняна практика соціального обліку та не фінансової звітності, хоч і базується на міжнародних стандартах, проте значно поступається іноземним компаніям за якістю звітів. Така обставина пояснюється не розробленістю національних системних підходів обліку та контролю за результатами соціально відповідальної діяльності» [2, с. 41].

Як справедливо стверджує О. Павликівська: «...соціальна звітність – це звітність підприємства, призначена для зацікавлених користувачів, об'єднує результати його діяльності в трьох напрямках: економічному, екологічному та соціальному» [4, с. 241].

Нормативне розроблення стратегії бухгалтерського обліку щодо відображення СВД здійснюється на даному етапі розвитку підприємництва не повною мірою, а з деяких питань зовсім відсутня.

Вище зазначене й зумовлює актуальність дослідження принципів формування та використання показників соціальної звітності, зокрема її змісту й методики складання суб'єктами ринку.

Слід констатувати, що в спеціальній літературі розглядаються стосовно даного виду звітності такі категорії, як «нефінансова звітність», «соціально відповідальна звітність», «соціальна звітність», «соціальна й екологічна звітність», «корпоративна соціальна звітність».

Метою статті є обґрунтування та розроблення теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення структури та змісту звіту про соціально відповідальну діяльність для забезпечення повною інформацією усіх зацікавлених стейкхолдерів, з метою покращення бізнес-стратегії суб'єкта ринку.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: розкрити сутність поняття «соціальна звітність», дослідити етапи формування соціальної звітності, навести особливості формування звітних показників щодо СВД, виділити підходи до удосконалення структурного та змістовного наповнення звітності.

Для вирішення поставлених завдань використано такі методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, аналогія, моделювання, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Соціально відповідальна діяльність підприємств викликає інтерес, оскільки передбачає, що вони мотивовані, аби приймати рішення стосовно соціальних питань, а рішення щодо максимізації прибутку акціонерів віднести на другий план. Використовуючи теорію стейкхолдерів, суб'єкти ринку намагаються збалансувати інтереси акціонерів з іншими зацікавленими сторонами. Виникає протиріччя, яке породжує інформаційний хаос у системі бухгалтерського обліку й вимагає ґрунтовних досліджень зазначених проблем.

В першу чергу, слід зазначити, що між соціально відповідальною діяльністю та обліком існує тісний зв'язок через те, що бухгалтер несе загальну відповідальність за достовірність, оцінювання та розкриття інформації, включаючи інформацію, пов'язану з соціальними проблемами. Крім того, оскільки даний вид діяльності базується на саморегулюванні (відсутня формалізація через недостатність нормативної бази), відображення показників соціальної діяльності у звітності залежить від суб'єктивної думки бухгалтера і, відповідно, останній несе за цей процес відповідальність. Отже, бухгалтерський облік відіграє одну із найважливіших ролей у системі управління соціально відповідальною діяльністю.

Мета формування соціального звіту полягає у підвищенні якості системи управління, збільшення інвестицій у стійкий розвиток, оцінювання вкладу підприємства в розвиток суспільства тощо (рис. 1).



Рисунок 1. Мета формування соціального звіту

Figure 1. The purpose of social reporting

На етапі появи звітності з питань СВД, розкриття інформації про соціальну та екологічну діяльність здійснювалося переважно через формування та відображення цих даних у корпоративних (фінансових) звітах. Проте в останні роки розкриття зазначеної інформації подається у вигляді окремих звітів, які стають складнішими через розширення питань, які в них розкривають інформаційні потреби всіх зацікавлених сторін.

Формування звіту процес трудомісткий і вимагає певних зусиль від виконавця. Ми сформуваємо певні технологічні етапи процесу формування звітності (рис. 2).

Як відомо, для того щоб бути корисною, облікова інформація має бути наділеною такими якісними характеристиками: зрозумілість, надійність, доречність і співставність.

Стандартом звітності з найбільшими можливостями порівняльності є GRI G4 [1]. Показники, визначені в G4, в основному кількісні, тому залишають менше місця для інтерпретації або власної творчості, ніж інші стандарти. GRI G4 є найбільш строгим стандартом звітності та нагадує стандарт фінансового обліку з точки зору змісту й глибини. Крім того, стандарт GRI є найпоширенішим і використовуваним стандартом, що важливо для порівняльного міжфірмового аналізу.

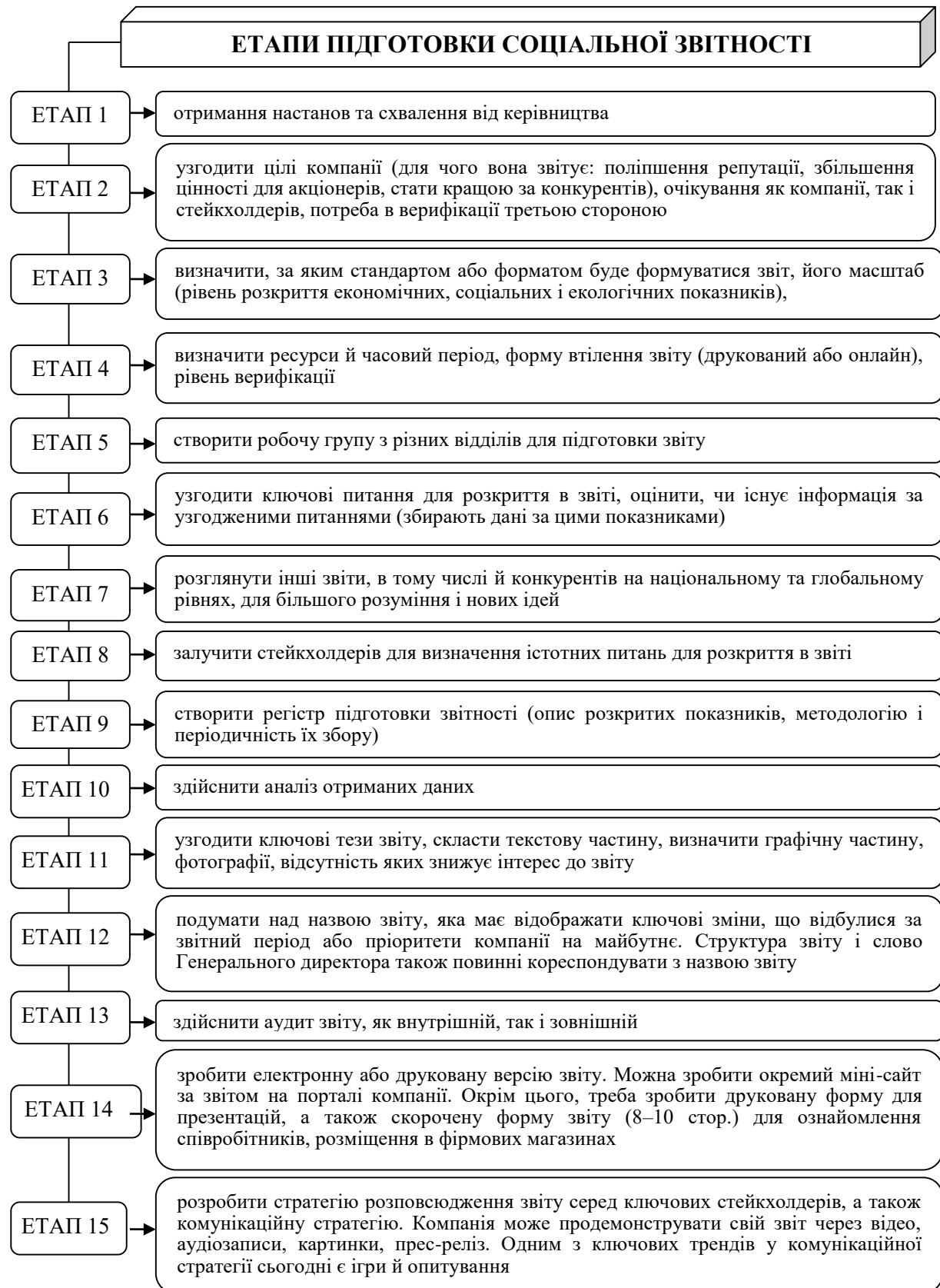


Рисунок 2. Технологічні етапи процесу формування соціальної звітності

Figure 2. Technological stages of the social reporting process

Різні зацікавлені сторони можуть вважати різну інформацію доречною. Це може відбуватися під впливом мотивації (інвестор проти активіста), місця розташування (місцеве проти глобального) або підприємства (галузь промисловості).

Грунтовно дослідивши структуру та зміст основних розділів звітів про СВД значної кількості суб'єктів ринку, ми виділили особливості та запропонували його структурувати за шістьма взаємопов'язаними розділами, що дозволить ефективно викласти інформаційно-логічну послідовність процесу реалізації СВД (табл. 1).

Таблиця 1. Пропонована структура та зміст основних розділів звіту про соціально відповідальну діяльність суб'єктів ринку

Table 1. The proposed structure and content of the main sections of the report concerning socially responsible activities of market participants

№ розділу	Назва розділу	Інформаційне наповнення розділу
1	Характеристика суб'єкта ринку	Мета й принципи діяльності; цінності; відомості про підприємство; напрямки діяльності та структура; логістика; стратегія розвитку
2	Бізнес і соціальна відповідальність	Управління напрямком соціальної відповідальності компанії; ініціативи та документи, якими керується компанія у сфері соціальної відповідальності; напрямки взаємодії зі стейкхолдерами; клієнтоорієнтованість; інформаційна прозорість; дотримання основних свобод та прав людини; нагороди й рейтинги компанії за звітний період
3	Взаємодія з персоналом	Характеристика персоналу; соціальна політика й управління; мотивація та залучення персоналу; система відбору та просування кадрів; оплата праці працівників; оцінювання результатів співробітників; система підтримання ідей, нововведень та раціоналізаторства; система навчання та розвитку персоналу; взаємодія зі стейкхолдерами з числа випускників навчальних закладів різного рівня; умови праці; соціальна підтримка працівників
4	Безпека праці та охорона навколишнього середовища	Напрямки забезпечення безпечних умов праці; особливості охорони навколишнього середовища; енергоспоживання та енергоефективність
5	Соціальне проектування та соціальне інвестування	Результати діяльності за звітний період; зовнішні соціальні програми; вклад у соціальний розвиток ОТГ на території розміщення компанії; соціальні інвестиції та соціальне партнерство; підтримка культурних проєктів; корпоративне волонтерство
6	Тлумачення основних складових звіту й додатки	Критерії визначення суттєвих розділів та тем звіту; характеристика інформації; додатки

У вступній частині першого розділу для характеристики суб'єкта звітування можна використовувати ключові показники його діяльності, які пропонуємо представити у цифровому вигляді, що забезпечуватиме більшу зацікавленість діяльністю суб'єкта ринку через надання поглибленої та стислої, зрозумілої інформації для його потенційних стейкхолдерів. Структурування запропонованих даних може бути таким:

1. Економіка: виручка; результат діяльності за звітний період; капітальні вкладення.

2. Персонал і суспільство: чисельність працівників; частка професійної підготовки (годин); гендерна рівність (частка жінок у структурі управління); коефіцієнт виробничого травматизму; витрати на програми місцевих громад.

3. Оточуюче природне середовище: прямі викиди парникових газів; викиди забруднюючих речовин в атмосферу; витрати на природоохоронну діяльність.

Усю вище зазначену інформацію необхідно представити у привабливому й зрозумілому вигляді, забезпечивши інформованість основних груп користувачів.

Висвітлення наступних підрозділів необхідно супроводжувати у змішаному вигляді, зокрема поряд зі змістовною характеристикою щодо загальних відомостей про об'єкт звітування, його напрямки діяльності, структуру та логістичні потоки слід використати графіки та діаграми.

У заключному підрозділі зазначеного розділу для висвітлення стратегії розвитку суб'єкта ринку вважаємо, що доцільно виділити його стратегічні пріоритети, якими можуть бути:

1. Лідерський досвід і трендові технології у взаємодії з клієнтами з деталізацією унікальних клієнтських пропозицій на цільових ринках.

2. Оптимальне зниження витрат: значні конкурентні переваги у використанні ресурсозаміщувальних технологій.

3. Нові можливості на перспективу: отримання нових джерел доходу в результаті залучення новітніх технологій та організації трендових бізнес-моделей.

4. Поглиблення корпоративної культури: співробітництво за різними напрямками та рівнями управління для реалізації концептуальної ідеї; просування ідеї стійкого розвитку.

Генеральна стратегія, а саме її досягнення, потребує мобілізації зусиль усіх працівників суб'єкта ринку та ґрунтується на так званих «трьох китах»: стійкості у розвитку, виважених рішеннях щодо розподілу капіталу та дотримання стратегії безперервної прибуткової діяльності.

Ґрунтовне вивчення спеціалізованої літератури стосовно досліджуваних питань дозволяє стверджувати, що інформація щодо СВД відрізняється від фінансової інформації мінімум за трьома характеристиками:

1. Крім акціонерів СВД задовольняє потреби значної кількості користувачів. Проте значний обсяг облікових робіт щодо СВД орієнтована на акціонерів.

2. Інформація щодо розкриття СВД може зачіпати фінансові показники підприємства в майбутніх звітних періодах. Постає питання: чи розуміють користувачі інформації довготермінову природу соціальної відповідальності, особливо, чи є у неї довготермінове інформаційне наповнення, що має відношення до фінансових показників.

3. Якісний і нефінансовий характер СВД істотно ускладнює оцінювання достовірності розкриття інформації, якщо порівнювати з оцінюванням достовірності фінансової інформації. Це важливо, оскільки дані, які використовуються для вимірювання результативності щодо СВД, повинні бути якісні, забезпечувати надійність і доречність для прийняття рішень.

Вище зазначені особливості потребують також свого безумовного врахування при розробленні звіту про СВД.

Висновки. Дієвим механізмом реалізації соціально відповідальної діяльності є соціальний облік та сформована на його основі звітність. Така звітність за показниками відрізняється від фінансової, є добровільною та має за мету інформування всіх зацікавлених осіб стосовно здійснюваної на підприємстві соціально відповідальної діяльності. Практичну значущість результатів дослідження визначають можливості забезпечення системи управління соціально відповідальною діяльністю найефективнішими інструментами обліку та звітності.

Conclusions. The effective mechanism for socially responsible activities implementation is social accounting and, formed on its basis, reporting. Such reporting differs from financial reporting in terms of indicators, it is voluntary and is aimed to inform all stakeholders about the socially responsible activities carried out at the enterprise. The practical significance of the investigation results is determined by the possibility of providing the

management system of socially responsible activities with the most effective tools of accounting and reporting.

Список використаної дьєратури

1. Global Reporting Initiative. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4, 2013. URL: <https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>.
2. Герасименко О. Соціальний облік та нефінансова звітність як інструменти реалізації соціальної відповідальності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. № 137. С. 39–42.
3. Левицька С. О. Соціальний облік: методичний підхід та організаційне забезпечення. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?
4. Павликівська О. І. Управління соціально відповідальною діяльністю підприємств на основі концепції обліку та контролінгу (теорія, методологія, практика): монографія. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2018. 405 с.

References

1. Global Reporting Initiative. Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustoychyvoho razvytyya G4, 2013. URL: <https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>.
2. Herasymenko O. Sotsialnyy oblik ta nefinansova zvitnist yak instrumenty realizatsiyi sotsialnoyi vidpovidalnosti. Visnyk Kyuyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. 2012. No. 137. P. 39–42.
3. Levytska S. O. (2014) Sotsialnyy oblik: metodychnyy pidkhid ta orhanizatsiyne zabezpechennya. URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?
4. Pavlykivska O. I. Upravlinnya sotsialno vidpovidalnoyu diyalnistyu pidpnyemstv na osnovi kontseptsiyi obliku ta kontrolinhu (teoriya, metodolohiya, praktyka): monohrafiya. Ternopil: FOP Palyanytsya V. A., 2018. 405 p.