

УДК 338.242.2

Бержанір А.Л.
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри суспільних дисциплін
Уманського державного педагогічного університету
імені Павла Тичини

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

SOCIAL REPORTING AS AN ELEMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

АНОТАЦІЯ

У статті обґрунтовано значущість соціальної звітності як важливого елемента корпоративної культури та соціальної відповідальності компаній. Проаналізовано процес становлення системи підготовки та опублікування соціальних звітів в Україні протягом останніх років. Визначено напрями подальшого вдосконалення та розширення практики соціальної звітності вітчизняного бізнесу як чинника, який впливає на забезпечення сталого розвитку, та внеску підприємницьких структур в економічний і соціальний розвиток територій, підвищення конкурентоспроможності та ефективності виробництва.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна культура, соціальна звітність, нефінансова звітність, прозорість бізнесу, соціальний аудит, міжнародні стандарти соціальної звітності.

АННОТАЦИЯ

В статье обоснована значимость социальной отчетности как важного элемента корпоративной культуры и социальной ответственности компаний. Проанализирован процесс становления системы подготовки и опубликования социальных отчетов в Украине в последние годы. Определены направления дальнейшего совершенствования и расширения практики социальной отчетности отечественного бизнеса как фактора, который влияет на обеспечение устойчивого развития, и вклада предпринимательских структур в экономическое и социальное развитие территорий, повышение конкурентоспособности и эффективности производства.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, корпоративная культура, социальная отчетность, нефинансовая отчетность, прозрачность бизнеса, социальный аудит, международные стандарты социальной отчетности.

ANNOTATION

Significance of social reporting as an important element of corporate culture and corporate social responsibility was proved in the article. The process of formation of the system of social reports preparing and publishing in Ukraine in recent years was analyzed. The ways for further improvement and extension of the practice of social reporting of domestic business as a factor that affects the providing of sustainable development and contribution of business structures on economic and social development of the areas, improvement of competitiveness and production efficiency.

Keywords: corporate social responsibility, corporate culture, social reporting, non-financial reporting, business transparency, social audit, international standards of social reporting.

Постановка проблеми. На сучасному етапі соціально-економічного розвитку для бізнесу стає очевидним, що завоювання міцних позицій у національній економіці можливе тільки через підвищення ефективності та посилення конкурентоспроможності. Вирішення завдань підвищення рівня життя населення, а також забезпечення сталого розвитку суспільства та реалізації соціальних програм розвитку еконо-

міки зумовлюють потребу в додаткових джерелах фінансування. У зв'язку із цим усе більшого значення набуває необхідність вести соціально відповідальний бізнес.

Відповідальне ведення бізнесу передбачає необхідність звіту перед суспільством про наслідки його ділової активності. Соціальна звітність передбачає розкриття інформації як про позитивні, так і негативні результати економічної, екологічної, соціальної діяльності організації. Для компаній останнім часом стає притаманним складання не тільки бухгалтерської (фінансової), податкової, статистичної звітності, але й соціальної, екологічної та інших спеціальних видів зовнішньої і внутрішньої звітності.

Соціальна (нефінансова) звітність стає невід'ємним елементом корпоративної культури, а управління програмами корпоративної соціальної відповідальності в комерційних організаціях, орієнтованих на сталий розвиток, забезпечує збалансований економічний, соціальний та екологічний розвиток суспільства.

Разом із тим досі не створено систему державного регулювання та єдиної концепції формування соціальної звітності. Під час її формування бізнесові структури найчастіше використовують відповідні міжнародні стандарти у цій галузі. Здебільшого в соціальних звітах подається зайва інформація, яка не відповідає інтересам і потребам стейкхолдерів. Усе це визначає актуальність подальшого розроблення та вдосконалення методології і методики складання соціальної звітності з урахуванням специфіки вітчизняного законодавства і особливостей ведення бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розроблення теорії та методики формування соціальної звітності підприємств зробили українські та зарубіжні вчені: О. Алігаджієва, А. Андрющенко, М. Буковинська, К. Василик, Р. Ват'є, В. Воробей, В. Євтушенко, І. Журовська, В. Карагод, А. Касич, Р. Колишко, А. Колот, Р. Костирко, С. Літовченко, О. Макаренко, Г. Москалюк, Н. Огороднікова, Ю. Попов, М. Проданчук, І. Шлендер, О. Шулулс та ін. У їхніх працях проаналізовано зарубіжний досвід нефінансової звітності кор-

порацій, показано процес становлення системи опублікування результатів діяльності соціально відповідального бізнесу в Україні.

Потужним осередком упровадження соціальної відповідальності задля системних і якісних змін в Україні є заснована в 2008 р. експертна організація «Центр «Розвиток КСВ». Він не тільки сприяє розширенню практик соціально відповідального бізнесу, але й проводить теоретичний аналіз, досліджує закономірності та тенденції його функціонування, у тому числі і у сфері соціальної звітності підприємств, фірм, корпорацій.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності впровадження у практику діяльності підприємницьких структур соціальної звітності; дослідженні сутності соціальної звітності як елемента системи соціальної відповідальності компаній; аналізі механізмів та особливостей формування й опублікування соціальних (нефінансових) звітів. Для досягнення мети використано методи структурного аналізу, синтезу, індукції, дедукції, історичного та логічного підходів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звітність про соціальну відповідальність бізнесу – відносно новий інструмент не лише для України, а й для світової практики. Якщо річні фінансові звіти випускаються вже приблизно 150 років, то сама ідея складання звітності про соціальну відповідальність бізнесу виникла на початку 80-х років минулого сторіччя, коли фонди соціальних інвестицій у Великій Британії та США почали відслідковувати соціальні аспекти діяльності компаній та загалом етики бізнесу. Тобто заходи з провадження інноваційних рішень щодо соціальної відповідальності бізнесу, жорсткіші вимоги бізнес-партнерів один до одного зумовили появу такого поняття, як «звіт із соціальної відповідальності бізнесу», і спричинили «введення нових правил бухгалтерського та управлінського обліку» [1].

Із 2016 р. британська Асоціація сертифікованих бухгалтерів (ACCA), яка об'єднує 178 тис. членів і 455 тис. студентів у 181 країні і Рада зі стандартів розкриття інформації про екологічний вплив (CDSB) випустили звіт про дослідження у сфері різних ініціатив звітності зі сталого розвитку. Розробники зазначили, що нині є безліч добровільних та обов'язкових звітів, які розкривають користувачам нефінансову інформацію про корпоративне управління, соціальні чинники та екологічні аспекти діяльності підприємств. Поряд із різноманітною корисною інформацією така звітність допомагає стейкхолдерам оцінити, наскільки діяльність компанії – об'єкта інвестиції – стійка у своєму розвитку, наскільки вона схильна до ризиків зміни клімату чи впливає на довкілля [2].

В.С. Карагод визначив загальну мету впровадження соціальної корпоративної звітності – забезпечення держави, інвесторів та інших зацікавлених сторін тією інформацією, яка їм необхідна для прийняття рішень у різних сферах діяльності [3, с. 34].

Необхідно наголосити, що не існує однозначної думки щодо загальної назви звітів про різні аспекти соціальної відповідальності бізнесу. У світовій та вітчизняній практиці використовуються такі дефініції, як «соціальний звіт» (Social reporting), «звіт із корпоративної соціальної відповідальності» (Corporate Social Responsibility Reporting), «звіт із корпоративної відповідальності» (Corporate Responsibility Report), «звіт із прогресу» (Progress Report), «звіт зі сталого розвитку» (Sustainable Development Reporting) та ін. Ці форми звітів характеризуються:

- спільною метою – надати інформацію про результати діяльності підприємства у соціальній сфері, вплив на навколишнє середовище та ін.;
- наявністю переважно нефінансової інформації про якісні та кількісні аспекти соціально-економічної діяльності;
- певними відмінностями, які пов'язані з висвітленням тих чи інших сфер соціальної діяльності підприємств, організацій та установ [4, с. 103–104].

Український науковець М.П. Буковинська стверджує, що соціальний звіт (GRI-стандарт) повинен віддзеркалювати економічну, соціальну й екологічну політику корпорації і виконувати функцію інструмента управління діяльністю з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). У кожній із трьох сфер GRI пропонує набір кількісних показників. У його основі покладена концепція стійкого розвитку: компанія повинна знайти баланс між потребами сьогоденного покоління в економічному добробуті, сприятливого навколишнього середовища, соціальному добробуті й аналогічними потребами майбутніх поколінь [5, с. 111].

Є.М. Алігаджієва відзначає, що цілі фінансової звітності полягають у забезпеченні корисними даними реальних і потенційних інвесторів, кредиторів та інших зацікавлених осіб. Цілі соціальної звітності – це декларування відданості принципам сталого розвитку, залучення нових інвестицій, лобіювання корпоративних інтересів, поліпшення взаєморозуміння з місцевими громадами і релігійною владою [6, с. 20].

Упровадження компанією практики підготовки і публікації соціальної звітності надає їй очевидні переваги порівняно з тими, хто цього не робить. Публікація корпораціями соціальної звітності надає їм сприятливі можливості для досягнення важливих цілей:

- забезпечення формування позитивного іміджу, зміцнення суспільної довіри і лояльності до компанії;
- створення сприятливого соціального середовища в регіонах діяльності, підтримка соціальної стабільності;
- підвищення капіталізації компанії в довгостроковій перспективі, зміцнення довіри інвесторів через зниження нефінансових ризиків;
- удосконалення корпоративного управління, виявлення соціальних проблем та оцінка

ризиків, підвищення ефективності корпоративних комунікацій.

Соціальна звітність дає конкретизоване і структуроване уявлення про соціально відповідальну діяльність бізнесу, включаючи і ті його види, які не піддаються кількісному виміру. Підготовка та публікація соціальної звітності корпорацій свідчить про те, що це не просто технічні звіти про виконану соціальну роботу та здійснені витрати на благодійність. Одночасно зі складанням звіту проводиться значна робота з коригування соціальної діяльності підприємств на основі врахування очікувань громадян.

Значна перевага такого звіту корпорацій полягає в тому, що він передбачає як обов'язкову процедуру діалог її керівників із представниками зацікавлених у співпраці з бізнесом сторін (передусім владних структур). Це дає бізнесу змогу одержувати достатньо точну інформацію про соціальні очікування груп суспільства.

Для представників українського бізнесу стає очевидним розуміння того, що стабільний розвиток корпорацій, який поєднує економічні, соціальні і екологічні фактори, веде до зниження підприємницьких ризиків, зміцнює конкурентоспроможність, підвищує ефективність персоналу і лояльність споживачів, покращує репутацію корпорації, створює позитивний внесок підприємницької спільноти в економічний і соціальний розвиток територій своєї присутності. Тим самим створюються сприятливі умови для реалізації довгострокових стратегій розвитку бізнесу на основі дотримання балансу інтересів зацікавлених сторін. У цьому суть соціально відповідального ведення бізнесу як основи стабільного розвитку корпорацій.

В Україні міжнародний стандарт соціальної звітності GRI починає впроваджуватися під впливом виходу українських компаній на міжнародний ринок. Якщо положення трудового законодавства носять обов'язковий до виконання характер, то впровадження форм соціальної звітності знаходиться в рекомендаційній площині. Основною проблемою є прив'язка GRI до прийнятих в Україні законів і норм у сфері трудових відносин, екології та економічних показників [5, с. 112].

Для сучасного вітчизняного бізнесу публікація соціальних звітів за міжнародними стандартами не є обов'язковою. Разом із тим протягом останніх років поступово збільшується кількість звітів, оприлюднених найбільшими корпораціями (рис. 1).

У 2015 р. на сайтах були опубліковані соціальні звіти компаній: «Кернел», «АрселорМіттал Кривий Ріг», «Галнафтогаз», «Метінвест», «Оболонь», «ДТЕК», «Дніпроспецсталь», «Нібулон», «Фокстрот», «UniCreditBank», «Nestle Україна», «Київстар», «Карлсберг Україна», «ВіДі Груп», «Монделіс Україна», «Альфа Банк Україна», «СКМ». Частина цих звітів була підготовлена за новим стандартом GRI 4.0 («Кернел», «Метінвест», «Оболонь») або з еле-

ментами GRI 4.0 («Галнафтогаз»). У 2015 р. з'явився перший в Україні звіт, розміщений на окремому сайті («Оболонь») [7].

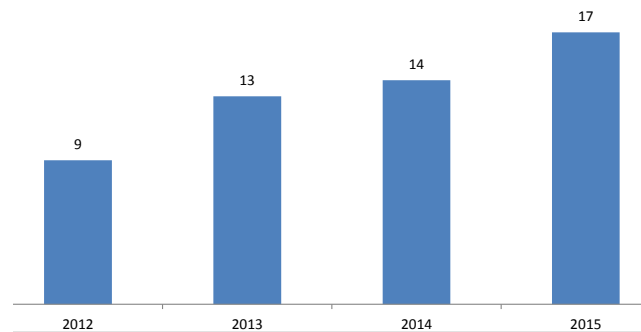


Рис. 1. Кількість нефінансових звітів від 100 найбільших компаній України [7]

Публікуючи соціальні звіти, компанії забезпечують прозорість діяльності. Це, своєю чергою, виступає одним із чинників їх конкурентних переваг. Установлено, що більш прозорі компанії привертають увагу інвесторів і мають вищий рівень капіталізації.

Щорічно з 2011 р. в Україні Центр «Розвиток КСВ» складає індекс прозорості сайтів українських компаній на основі міжнародної методики, розробленої разом із Beyond Business (Ізраїль). Учасниками оцінювання стали компанії, які увійшли до рейтингу Forbes ТОП-200 найбільших компаній України (оцінювалися не тільки обсяг виторгу, а й фінансові результати компаній, розмір активів та їх поточна оціночна вартість. Компанії, які більш ніж на 50% належать державі, не оцінювалися).

За результатами 2015 р. змінилися позиції лідерів індексу. Якщо перші позиції лідерів індексу прозорості попередніх років зберігаються і в 2015 р., то інші компанії – «Кернел Трейд», «Фокстрот», «Nestle Україна» – вперше з'явилися на позиціях лідерів (табл. 1). Свої результати вони покращили завдяки підготовці і розміщенню на сайтах нефінансових звітів.

Переважно компанії на своїх сайтах надають інформацію про КСВ у сфері трудових відносин та екології, бізнес-профіль організації та власну продукцію. Пріоритети у висвітленні питань КСВ залишаються практично незмінними з 2011 р. (тільки у 2012 р. найбільший рівень розкриття інформації був із питань підтримки і розвитку громад).

Як і в попередні роки, компанії здебільшого надають інформацію про наявну політику в різних аспектах КСВ, не надаючи дані щодо результатів її впровадження.

На деяких сайтах такі дані не оновлюються протягом останніх двох-трьох років, більш нову інформацію можна знайти тільки у соціальних звітах або новинах. Так, 70 компаній із 86, які мають сайти, розмістили інформацію щодо трудових практик, проте тільки 16 із них – інформацію про результати її впровадження; із 43 компаній, які зазначили про свою екологічну політику,

тільки 14 надали інформацію про результати її впровадження тощо. На сайтах українських компаній фактично повністю відсутня інформація з питань антикорупційної діяльності, управління КСВ та діалогу зі стейкхолдерами.

Найбільший рівень розкриття інформації можемо спостерігати у компанії секторів «Металургія», «Телеком» та «Фінанси». Найменші показники розкриття – у компанії секторів «Нафта і газ» та «Тютюн» (табл. 2). У переважній більшості секторів лідери не змінюються: «Київстар», «ДТЕК», «Галнафтогаз» [7].

Саме ці представники приватного бізнесу, які розуміють стратегічну необхідність та ефективність роботи у сфері соціальної та екологічної підтримки суспільства, першими стали використовувати в діяльності міжнародні стандарти КСВ і надавати соціальну звітність, що відрізняється прозорістю та загальною доступністю.

Світовий досвід свідчить, що впровадженням нефінансової звітності у корпоративну практику займаються не тільки великі компанії, у цей процес поступово включається все більше компаній, для яких зміцнення своїх позицій на ринку стає усвідомленим і важливим завданням. Будь-які компанії незалежно від розміру та виду діяльності можуть використовувати апробовані у світовій практиці підходи до скла-

дання соціальних звітів, поетапно реалізуючи їх універсальні принципи і методологію.

Науковці довели, що прозорість діяльності підприємств та нефінансової звітності є важливим чинником розвитку світових ринків, однією з умов підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності компаній. Проте не можна стверджувати те, що вітчизняна система соціальної звітності є повністю суспільно відкритою, що ставить під сумнів її здатність відображати реальний стан справ із вирішення соціальних проблем. У зв'язку із цим, необхідне залучення третьої, незацікавленої, сторони для верифікації та оцінки звіту. Існує потреба в оцінці нефінансових звітів незалежними аудиторськими компаніями, які мають нести відповідальність за достовірність і об'єктивність інформації, опублікованої у звітах. Окрім того, аудитор підтверджує, що результати, отримані під час розроблення звіту, будуть упроваджені і використані в подальшій практиці соціальної відповідальності корпорації.

Ще одне складне завдання, що стоїть перед компаніями, які впроваджують у свій бізнес політику корпоративної соціальної відповідальності, – досягнення балансу інтересів і потреб стейкхолдерів, що мають на організацію певний вплив або схильних до неї. До них можна від-

Таблиця 1

Лідери індексу прозорості

2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
СКМ	ДТЕК	АрселорМіттал Кривий Ріг	АрселорМіттал Кривий Ріг
ДТЕК	АрселорМіттал Кривий Ріг	ДТЕК	Оболонь
Метінвест	СКМ		ДТЕК
АрселорМіттал Кривий Ріг	Оболонь	Оболонь	Метінвест
Київстар	Метінвест	Метінвест	ГК Фокстрот
Інтерпайп Україна	Карлсберг Україна	Київстар	Кернел Трейд
Галнафтогаз	Київстар	Карлсберг Україна	СКМ
Дніпроспецсталь	Інтерпайп Україна	Концерн Галнафтогаз	Концерн Галнафтогаз
МЕТРО Кеш енд Кері Україна	Дніпроспецсталь	Дніпроспецсталь	Дніпроспецсталь
МТС	Галнафтогаз	Монделіс Україна/ Крафт Фудз Україна	Нестле Україна

Джерело: складено на основі [7]

Таблиця 2

Секторальний аналіз прозорості компаній у 2015 р.

Сектор	Компанія-лідер	%	Кількість компаній	Середній%
Телеком	Київстар	56	3	36
Енергетика	ДТЕК	79	5	17,8
Металургія	АрселорМіттал Кривий Ріг	85	10	47,5
Нафта і газ	Галнафтогаз	69	16	9,2
Рітейл	Група компаній Фокстрот	72	13	20,1
АПК	Кернел Трейд	71	10	19,9
Фармацевтика	Фармак	24	4	19,7
Фінанси	UniCreditBank	62	9	24,2
Тютюн	Imperial Tobacco Україна	30	3	12,3
Харчова промисловість	Nestle Україна	63	11	23
Машинобудування	Мотор Січ	17	4	16,7

Джерело: складено на основі [7]

нести акціонерів, профспілки, громадські організації, постачальників, кредиторів, персонал організації тощо. Причому дії, які вимагаються від корпорації, можуть бути абсолютно різними – від використання більш екологічно чистих матеріалів у виробництві до задоволення інтересів конкретних некомерційних організацій. Порушення цього балансу може призвести до серйозних конфліктів, які можуть спричинити неприємності для компанії, як фінансові (зниження доходів), так і ділові (наприклад, утрату репутації).

Із розвитком і розширенням соціальної звітності неминуче постає питання про необхідність її уніфікації, про перехід на єдиний обов'язковий стандарт звіту, основні параметри якого влаштують усі зацікавлені сторони, а його публікація стане для компаній такою ж обов'язковою, як підготовка фінансової звітності.

Висновки. Таким чином, соціальна звітність, прийнята до реалізації більшістю великих міжнародних корпорацій і деякими, що діють у нашій країні, є багатофункціональним процесом. При цьому поняття звіту, в його традиційному розумінні, відображає лише частину цього феномену. Звичайно, соціальний звіт містить кількісні показники про благодійність та спонсорство. Однак специфіка соціального звіту полягає в тому, що, аналізуючи його, повинно бути зрозуміло, чому саме цей соціальний проєкт підтримала корпорація, як він пов'язаний з її соціальною і загальною стратегіями, як контролювалося фінансування.

Іншими словами, соціальний звіт, виконаний відповідно до міжнародних стандартів, призна-

чений для відображення зваженої і відповідальної стратегічної соціальної політики. Також він є ефективним засобом підвищення якості управління компанією, дає змогу систематизувати реалізовані соціальні програми та визначити напрями їх подальшого впровадження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Написання звіту з КСВ / Центр Розвитку КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.http://csr-ukraine.org/training/>.
2. Любязцева О. Три «П» звітності зі сталого розвитку: проблеми, перспективи, переваги / О. Любязцева, О. Суценок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eizvestia.com/uk/ekonomika-ukr/full/488-tri-p-zvitnosti-zi-stalogo-rozvitku-problemi-perspektivi-perevagi>.
3. Карагод В.С. Основные способы стандартизации корпоративной социальной отчетности / В.С. Карагод // Финансы и кредит. – 2006. – № 14. – С. 34–38.
4. Король С. Нефінансова звітність підприємства / С. Король // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 6. – С. 102–113.
5. Буковинська М.П. Соціальна звітність і соціальний аудит: інструменти управління корпораціями / М.П. Буковинська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 4. – С.110–114.
6. Алигаджиева Е.М. Характеристики и взаимосвязи социального учета в системе видов учета / Е.М. Алигаджиева // Международный бухгалтерский учет. – 2008. – № 5. – С. 20–24.
7. Індекс прозорості сайтів українських компаній-2015 / Центр Розвитку КСВ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2016/02/11.02-Transparency-Index-Report.pdf>.