

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті здійснено аналіз зарубіжного досвіду укладання соціальної звітності на підприємствах в умовах ринкової економіки. Досліджено особливості її формування та становлення в країнах Європейського Союзу та Співдружності Незалежних Держав. Зокрема, проаналізовано соціальну звітність Німеччини, Франції, Великобританії, Росії, Сполучених штатів Америки. Визначено особливості формування соціальних звітів на українських підприємствах та на основі аналізу прогресивного досвіду, запропоновано заходи щодо вдосконалення взаємодії фінансових та соціальних звітів, підвищення їх об'єктивності та достовірності.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, соціальна звітність, нефінансова звітність.

In the floor the analysis of foreign experience of conclusion of the social accounting is carried out on enterprises in the conditions of market economy. The features of her forming and becoming are investigational in the countries of European Union and newly independent States. In particular, the social accounting of Germany, France, Great Britain, Russia, United states of America is analysed. The features of forming of social reports are certain on the Ukrainian enterprises and on the basis of analysis of progressive experience, measures are offered in relation to perfection of co-operation of financial and social statements, increase of their objectivity and authenticity.

Keywords: social responsibility of business, social accounting, unfinancial accounting.

В статье осуществлен анализ зарубежного опыта составления социальной отчетности на предприятиях в условиях рыночной экономики. Исследованы особенности ее формирования и становления в странах Европейского Союза и Содружества независимых Государств. В частности, проанализирована социальная отчетность Германии, Франции, Великобритании, России, Соединенных штатов Америки. Определены особенности формирования социальных отчетов на украинских предприятиях и на основе анализа прогрессивного опыта, предложены мероприятия относительно совершенствования взаимодействия финансовых и социальных отчетов, повышения их объективности и достоверности.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальная отчетность, нефинансовая отчетность.

Постановка проблеми. Розвиток вітчизняних підприємств потребує виходу на міжнародні ринки, а це не можливо здійснити без запровадження корпоративної соціальної відповідальності та ведення соціальної звітності. Міжнародні вимоги до сертифікації підприємств і їх продукції, вимагають вести

не лише фінансову звітність а й соціальну, яка включає в себе дані про соціальні та екологічні напрями діяльності підприємства.

Проте, для запровадження зарубіжного досвіду формуванню соціальної звітності на вітчизняних підприємствах необхідно розв'язати ряд проблем пов'язаних з реформуванням українського законодавства, забезпеченням достовірності соціальної звітності та довіри до неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий вклад у становлення, розвиток та дослідження особливостей соціально-відповідального бізнесу внесли: Будьонна Л. [1], Задирак Д. [4], Сморгчова В. [4], Колишко Р. [6], Коновалова Л. [5], Корсаков М. [5], Лазоренко О. [6], Степанова О. [8], Кузнецова А. [8] та інші.

Проблемними питаннями формування соціальної звітності займалися Воробей В. [1], Журовська І. [2], Прокопов Ф. [7], Хамідова О. [9], Феоктистова Є [7] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Необхідно відмітити, що у попередніх дослідженнях мало уваги приділялось питанням ефективності нефінансової звітності, ступеню відображення нею соціальних та екологічних програм підприємства її стандартизації та гармонізації з бухгалтерською звітністю.

Формулювання цілей статті. *Об'єктом дослідження* є корпоративна соціальна відповідальність та стандарти її звітності.

Предметом дослідження є не фінансові звітності підприємства та їх використання у світі.

Метою дослідження є розкриття теоретичних і прикладних аспектів формування соціальної звітності на вітчизняних підприємствах, шляхом запровадження передового зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу. Нині існує багато трактувань категорії «корпоративна соціальна відповідальність». Однак розуміння сутності цього поняття в економічній науковій літературі не завжди однозначне. В західній літературі вона, як правило, трактується у контексті забезпечення стійкого розвитку компаній. Так, наприклад, у документах Європейської Комісії подано таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля.

Багато фахівців ототожнюють поняття «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність». Стосовно терміна «соціальна відповідальність», то фахівець у сфері соціальної відповідальності компаній Х. Гордон Фітч ще в 70 - х роках минулого століття зазначав, що соціальна відповідальність — це спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені діяльністю компаній [10].

Проте, на наш погляд, поняття «корпоративна соціальна відповідальність» ширше, оскільки охоплює не лише соціальну, а й економічну та екологічну сфери.

У світовій практиці розвитку корпоративної соціальної відповідальності приділяється значна увага. Велика кількість компаній в останнє десятиліття розпочали, крім річних звітів, публікувати інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності і про те, який вклад у розвиток суспільства вносить компанія. Так, у США такі нефінансові звіти називають звітами про корпоративне громадянство та корпоративну стійкість, у Європі — корпоративними соціальними звітами, а в Японії — екологічними звітами. Нині більшість фахівців у сфері корпоративної соціальної відповідальності схиляються до того, що такі звіти мають називатися «корпоративними соціальними звітами» і бути ефективним публічним інструментом інформування акціонерів, співробітників, партнерів і всього суспільства про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені у своїй місії або стратегічних планах розвитку цілі економічної стійкості, соціального добробуту та екологічної стабільності [5].

Корпоративний соціальний звіт розкриває інформацію про пріоритети та цінності компанії, про її відносини з пов'язаними з нею організаціями та соціальними групами, а також про ступінь інтеграції принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компанії.

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 і США почали відслідковувати соціальні аспекти діяльності компаній та загалом етику бізнесу[2].

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.

В Україні аналогічний процес пов'язаний з необхідністю надання звітів про соціальну відповідальність при виході підприємств на міжнародні ринки збуту. В останні роки різні за розміром і видами економічної діяльності компанії все частіше публікують свої звіти про соціальну відповідальність.

Через те, що звіти про соціальну відповідальність виникли і формувались у відповідь на реальні вимоги практики, існують різні підходи щодо визначення їх призначення, структури, змісту та форми. Базова концепція триєдиного підходу до звітності вимагає від компаній “повного і достовірного розкриття інформації про фінансове становище і ділову стратегію (фінансовий звіт), участь компанії в вирішенні суспільних проблем (соціальний звіт) і захисті навколишнього середовища (екологічний звіт)” [3].

Вивченню соціальних звітів присвячено дослідження О. Хамідової, яка звертає увагу на відсутність конкретних рекомендацій щодо їх складання [9]. Однак у ході аналізу виявлено, що таке зауваження стосується звіту про корпоративну соціально відповідальну діяльність, який складається у вільній формі у вигляді буклетів або розміщується на інформаційних сайтах і містить інформацію про добродійні програми компанії, підтримку закладів і заходів у сфері освіти, охорони здоров'я, культури і спорту. Ця форма розрахована на широкі кола громадськості, у тому числі пересічних громадян, і спрямована на популяризацію певного підприємства та його продукції. Вона не передбачає конкретних кількісних чи вартісних показників, які б були достовірними і могли забезпечити порівняння з аналогічним звітом за попередній період або подібними документами інших компаній. Тому вимагати для неї конкретних рекомендацій недоцільно.

На відміну від звітів у вільній формі, існують так звані “стандартизовані звіти”. Вони відображають діяльність компанії у сфері корпоративної відповідальності і сталого розвитку, зокрема, внесок компанії в економіку країни та регіонів присутності, вплив на екологію, етичні питання ведення бізнесу, підтримка місцевих співтовариств, персоналу, а також факти корпоративної філантропії. У міжнародній практиці існує кілька стандартів підготовки такої звітності, що має свої особливості й різне призначення.

Найбільш поширені такі нефінансові звіти:

– звіт із прогресу (про виконання принципів Глобального Договору ООН), який складається лише підприємствами – членами Глобального Договору ООН, у звіті відображається стан виконання принципів соціальної відповідальності та плани на майбутнє (не проходить аудит);

– звіт за GRI-стандартом (звіт зі сталого розвитку), що містить чіткі індикатори щодо діяльності компанії (можливий аудит);

– звіт за стандартом AA1000, заснований на діалозі із стейкхолдерами, структурно відповідає їх інформаційним запитам (можливий аудит).

Дослідження практики опублікування нефінансових звітів в Україні за 2005–2012 рр. дозволило встановити, що частка звітів із прогресу складає 91.5 % і лише 8.5 % – звітів за GRI-стандартом [9]. Тобто перевага надається звітам, які не проходять аудит. Наведені показники свідчать: по-перше, про відсутність теоретичного обґрунтування і практичного досвіду у переважній більшості вітчизняних підприємств (водночас, компанія СКМ, яка першою в Україні підготувала нефінансовий звіт ще у 2005 р., складає звіт за GRI-стандартом); по-друге, нерозуміння переваг “стандартизованих” звітів (значущості стандартизованим звітам додає можливість чи необхідність проходження аудиту і, як результат, більша довіра до них користувачів і більший вплив на нематеріальну складову вартості бізнесу).

Отже, доцільно детальніше розглянути звіт за GRI-стандартом, та порівняти мотиви, якими керуються підприємства при складанні нефінансових і фінансових звітів. За даними KPMG, понад 75 % зарубіжних компаній, що опублікували соціальні звіти у 2012 р., назвали економічні міркування основною причиною, через яку вони випускають нефінансові звіти. Відповідно вирішальним фактором, який змушує підприємства публікувати свою фінансову звітність, є вимоги законодавства [4].

Разом із тим, потреба у фінансовій звітності виникає і при намаганні отримати зовнішнє фінансування (кредити, інвестиції тощо). Для кредиторів та інвесторів досі фінансова звітність у подібних ситуаціях мала вирішальне значення. Однак із поширенням практики соціальної відповідальності бізнесу також зростатиме значення нефінансової звітності. За рівнем інтеграції можна виокремити два підходи до складання нефінансових звітів: у вигляді окремого документа, що описує діяльність підприємства в соціальній та екологічній сферах; у вигляді тематичного розділу річної звітності підприємства.

Досвід зарубіжних країн щодо державного регулювання з цього питання важливий для України і потребує вивчення для визначення подальшого розвитку нефінансової звітності в нашій країні. Найбільш важливим напрямом подальших досліджень є визначення заходів, які дозволять забезпечити високий рівень довіри до нефінансової звітності, необхідних для отримання нею статусу, який би дорівнював статусу фінансової звітності.

Довіра до нефінансового звіту значною мірою залежить від проведення його аудиту та інформаційної бази, що використовується. Проаналізувавши звіт за GRI-стандартом, можна констатувати, що переважна більшість показників про стан розрахунків зі споживачами, постачальниками, персоналом, суспільством, екологічну відповідальність, відповідальне ставлення організації до суспільства (нарахування та сплату податків) накопичується у системі бухгалтерського обліку. Саме формування інформації для нефінансового звіту в системі бухгалтерського обліку спроможне підвищити її достовірність, потребує методологічного обґрунтування та організаційного забезпечення. Фінансові та нефінансові звіти утворюють єдину інформаційну базу для управління соціально-економічною діяльністю підприємства. Вони не тільки інформаційно доповнюють один одного, а й мають спільні ознаки (які не притаманні, наприклад, статистичним звітам чи звітам із пенсійного та соціального забезпечення).

Отже, необхідно порівняти принципи складання фінансових і нефінансових звітів та вимоги до них. В основу складання нефінансових звітів за системою GRI покладено принципи, які лише частково відрізняються від принципів фінансової звітності, визначених національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

Вони містять положення, що характеризують єдині або подібні вимоги. Наприклад, щодо повноти або повного висвітлення, об'єктивності або обачності, зіставлення або послідовності. Такі принципи нефінансових звітів, як відкритість, значимість або суттєвість, точність, верифікація, ясність, вчасність та регулярність, визначені окремими положеннями вітчизняного законодавства[5].

Разом із тим, наявні специфічні вимоги, наприклад, щодо контексту сталого розвитку. Різний підхід застосовується до визначення періодичності опублікування звітності, що також пояснюється специфікою їх призначення. Базовий для нефінансових звітів принцип залучення зацікавлених сторін не може застосовуватись для фінансової звітності. Інші неназвані принципи фінансової звітності (безперервності, єдиного грошового вимірника, історичної собівартості) або не суттєві, або не використовуються для нефінансових звітів.

Висновки. Головною причиною низького статусу нефінансового звіту є його непрозорість. У цілому погоджуючись з цим зауваженням, необхідно зазначити, що такий недолік пояснюється певними причинами: по-перше, використанням вільної форми нефінансового звіту (різні підходи до інформаційного наповнення не дозволяють порівняти звіти різних компаній або різних періодів); по-друге, використанням різних методик для розрахунку показників нефінансового звіту, що не сприяє їх розумінню та не дозволяє порівняти звіти різних компаній за цими показниками; по-третє, розпорошенням економічної інформації у різних розділах звіту, зокрема присвяченим соціальним результатам діяльності (наприклад, обсяги інвестицій у охорону праці, благодійні внески тощо).

З метою вдосконалення соціальних звітів, необхідно:

- здійснювати анкетування стейкхолдерів, для яких формується ця звітність, аби визначити їх побажання та зауваження;
- формувати соціальні програми на основі визначених стейкхолдерами пріоритетів;
- підвищити прозорість не фінансових звітів шляхом дотримання принципів стандарту GRI;
- гармонізувати та стандартизувати соціальну звітність із бухгалтерським обліком та фінансовою звітністю;
- вчасно сповіщати стейкхолдерів про зміни у нефінансовій звітності, наявні виправлення та вдосконалення;
- удосконалити професійну підготовку управлінців, бухгалтерів та аудиторів щодо правил заповнення та формування не фінансових звітів.

Список використаних джерел

1. Будьонна Л. Шляхи та напрями формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні. // Л. Будьонна / Соціальна політика. – 2008. №8 – с. 9-10.

2. Воробей В. Соціальна звітність: стан та перспективи / В. Воробей / Матеріали зборів мережі Глобального Договору ООН (16 грудня 2009 р.). – К. : ФОРМ Костюченко О.М., 2009. – 11 с.
3. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу / В. Воробей, І. Журовська - К. : ФОРМ Костюченко О.М., 2010. - 77 с.
4. Задирак Д., Сморгачова В. Социальная ответственность бизнеса // Д. Задирак, В. Сморгачова /Социальное партнерство. – №2. – 2012. – С. 14-17.
5. Коновалова Л. Н. Управление социальными программами компании / Л. Н. Коновалова, М. И. Корсаков. — М. : Ассоциация менеджеров, 2003. — 152 с.
6. Лазоренко О. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / О. Лазоренко, Р. Колишко. — К. : Видавництво "Енергія", 2008. — 96 с.
7. Прокопов Ф. Рекомендации по использованию в практике управления корпоративной нефинансовой отчетности / Ф. Прокопов, Е. Феоктистова. - М. : РСПП, 2010. — 68 с.
8. Смовженко Т.С., Кузнецова А.Я. Корпоративна соціальна відповідальність / Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецова.– К.: УБС НБУ, 2010. - 314 с.
9. Хамідова О. М. Складання соціальної звітності як важливий етап реалізації соціально-відповідального маркетингу підприємства галузі мінеральних добрив / О. М. Хамідова // Економіка Криму. — 2012. — № 2 (31). - с. 222–226.
10. Центр Розвитку КСВ. — Режим доступу : <http://www.csrinfo.org.ua>

УДК 658:339.5

Кривов'язюк І.В., к.е.н, професор
Луцький національний технічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ЕКСПОРТУ ТОВАРІВ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ЗАГОСТРЕННЯ УКРАЇНО-РОСІЙСЬКИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН

В статті проаналізовано динаміку експорту машинобудівної продукції України в 2012-2014 рр. Окреслено проблеми торговельних стосунків України з Росією в досліджуваному періоді. Дано прогноз розвитку ситуації з огляду на події лютого 2014 р. Розглянуто заходи державної підтримки експорту товарів машинобудівної промисловості України.

Ключові слова: експорт, товарна структура, промисловість, машинобудування, торговельні стосунки, прогнозування