

УДК 65.012.613

НЕФІНАНSOVA ЗВІТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИМ БІЗНЕСОМ

Аграмакова Н. В., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Гончарова С. Ю., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Затейщикова О.О., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна

Анотація. Стаття присвячена вивченню теоретичних аспектів та підходів до визначення стейкхолдерів соціально відповідальної організації, вивчення їх інтересів. На основі міжнародного стандарту Керівництва GRI, розроблено систему показників нефінансової звітності, що дає можливість використовувати її для організацій будь-яких типів і масштабів, будь-яких форм власності, видів діяльності та галузей економіки.

Ключові слова: соціальна відповідальність, нефінансова звітність, міжнародні стандарти соціальної відповідальності.

Кожна організація, яка є носієм певної системи цінностей і суб'єктом економічної активності, приймаючи рішення про реалізацію бізнес-ініціативи, покладає на себе відповідальність за результат своїх дій перед суспільством, персоналом, споживачами, бізнес-партнерами, державою. У зв'язку з цим виникає необхідність наукового вивчення соціальної відповідальності як ціннісного принципу бізнес-діяльності та процесу формування громадської думки про його реалізацію в сучасних умовах. Одним із ефективних засобів формування позитивного іміджу соціально відповідальної (СВ) організації є нефінансова звітність, використання якої сприяє розвитку відповідно зі світовими тенденціями.

На сьогоднішній день відсутність єдиного трактування поняття «соціальна відповідальність», а також розуміння взагалі необхідності її використання, ускладнює впровадження даної концепції в практику українського бізнесу, хоча проблематика СВ вже тривалий час досліджується в працях таких зарубіжних вчених: Х. Боуен, Е. Карнегі, А. Керрол тощо. Вітчизняні вчені також стурбовані впровадженням соціальної та екологіч-

ної складових СВ в практику ведення бізнесу, серед них: Т. Р. Антошко, Т. В. Боцян, О. П. Гоголя, О. А. Грішнова, А. М. Колот, Л. І. Максимів, Г. В. Назарова, Н. С. Орлова, Т. С. Сікорська та інші [1-9].

Однак проблеми СВ розкриваються здебільшого в теоретичному плані, тому потребують подальшої проробки.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка системи показників нефінансового звіту, як інструменту інформування інтересів стейкхолдерів СВ організації.

Концепція СВ почала свій розвиток з 1960-х рр., коли було взято під сумнів тезу про єдину мету суб'єктів бізнесу – отримання прибутку, – що зумовило необхідність дослідження питань СВ. Синтез досліджених визначень дозволяє авторам запропонувати розглядати «соціальну відповідальність», як добровільні соціальні зобов'язання, які визнаються такими суспільством та які бере на себе власник або уповноважений ним орган підприємства з метою задоволення соціальних інтересів персоналу та всіх зацікавлених сторін в межах економічної доцільності.

Важливим аспектом при дослідженні СВ є виділення стейкхолдерів, оскільки без цього не можна сформулювати основні вектори політики СВ організації. Також, визначення стейкхолдерів необхідне для виділення індивідуальних домінуючих для кожної групи інтересів, які дозволяють більш обґрунтовано розробляти і впроваджувати корпоративну СВ [1].

Основне визначення даного поняття дав Р. Фріман в 1984 році: «Стейкхолдер – це група (індивідуум), яка може зробити вплив на досягнення організацією своїх цілей або на роботу організації в цілому» [9]. На рис. 1 відображені, виокремлені авторами даного дослідження, стейкхолдери СВ організації (персонал, власник (акціонери), споживачі, громадськість (місцеве співтовариство, місцеві органи влади), держава (представники

органів державної влади), конкуренти, бізнес-партнери) та коло їх основних інтересів у відповідності до міжнародного стандарту ISO 26000 [1, 3, 6, 9].

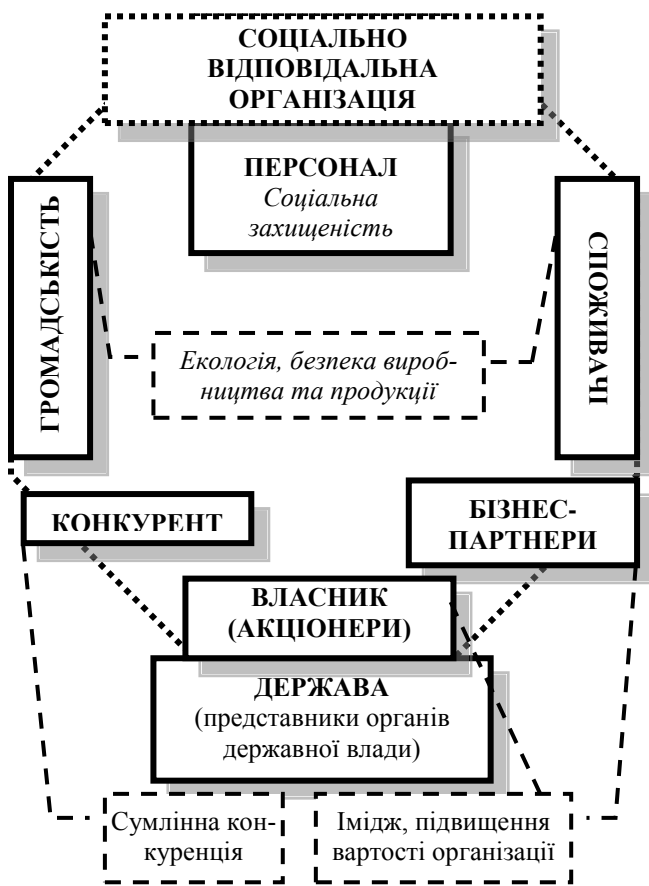


Рис. 1. Стейкхолдери СВ організації

Як видно з рис. 1, в даний час діяльність СВ організації пов'язана з функціонуванням безлічі зацікавлених сторін, які здійснюють безпосередній вплив на її діяльність. СВ організація має свої засоби зворотного впливу.

Далі більш детально розглянемо взаємовідносини між соціально відповідальною організацією і кожним з суб'єктів.

Держава як суб'єкт економіко-трудова відносин та зацікавлена сторона у формуванні соціально відповідальної організації виконує функції гаранта, регулятора та контролера з метою створення формування економічних стимулів, нормативно-правових умов для здійснення виробничо-господарської діяльності, соціальних гарантій працівникам. Зі свого боку соціально відповідальна організація повинна дотримуватися законодавчих норм, своєчасно та у повному

розмірі сплачувати податки та сприяти формуванню ринкової економіки.

Громадськість впливає на створення сприятливого іміджу та репутації соціально відповідальної організації. Соціально відповідальна організація ж повинна проводити відповідні заходи, що спрямовані на охорону навколишнього середовища, створення робочих місць, сприяти соціально-економічному розвитку.

Соціально відповідальне підприємство повинне будувати свої відносини з конкурентами, виходячи з норм сумлінної конкуренції. Сумлінна конкуренція – це така ситуація на ринку, при якій не формально, а реально забезпечуються рівні умови функціонування всім без винятку суб'єктам ринкових відносин і досягається збалансованість їх інтересів.

Взаємовідносини між соціально відповідальною організацією і споживачами знайшли відображення у концепції соціально-етичного маркетингу. Мета концепції соціально-етичного маркетингу – забезпечення довготривалого благополуччя окремого споживача і всього суспільства. Отже, при прийнятті маркетингових рішень необхідно враховувати такі чинники: потреби споживача, його інтереси, інтереси фірми й інтереси суспільства.

Внутрішніми суб'єктами соціально відповідальної організації є власник і персонал.

В першу чергу розглянемо інтереси соціально відповідальної організації у відношенні з власниками / акціонерами / інвесторами. Цей напрям соціально відповідальної організації спрямований на забезпечення отримання максимальної віддачі від вкладених засобів при прийнятному ризику, оскільки акціонери зацікавлені в отриманні високих дивідендів і в зростанні курсу акцій з урахуванням, звичайно, і ризиків; іншими словами, інтерес даної групи стейкхолдерів полягає в зростанні вартості компанії.

Досягнення цілей власників (акціонерів, інвесторів), реалізація завдань менеджерів, неможливі без продуктивної праці персоналу, які зайняті на даному підприємстві. Досягти цього можна через реалізацію такого інтересу, як гідну працю. Цей напрям соціально

льно відповідальної організації забезпечує персоналу нормальні умови, в яких він працює, адекватну зарплату та соціальний захист працівника, відсутність дискримінації і переслідувань на робочому місці, можливість реалізувати своє право голосу тощо.

Концептуальні ідеї та засади СВ відображають наступні міжнародно-правові акти, які розроблені міжнародними організаціями та загальноновизнані світовою громадськістю: ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» (2011 р.); Стандарт SA 8000 (2001 р.); Глобальна ініціатива зі звітності GRI (1997 р.); Стандарт взаємодії із зацікавленими сторонами AA 1000 (1999 р.); інші міжнародні стандарти і норми із СВ [1, 2, 9].

Одним з дієвих інструментів впровадження вищерозглянутих міжнародних стандартів СВ є нефінансова звітність, використання якої дозволяє збільшувати зацікавленість стейкхолдерів в діяльності підприємства [2, 5, 8].

З метою найбільш повного задоволення інтересів стейкхолдерів, авторами запропоновано складати розділи та підрозділи нефінансового звіту з виокремленням показників за кожним стейкхолдером. Такий підхід потрібен для виділення індивідуальних домінуючих для кожної групи стейкхолдерів інтересів, які дозволяють більш обґрунтовано розробляти і упроваджувати корпоративну СВ. З урахуванням існуючих міжнародних стандартів (особливо стандарту GRI) та вітчизняної практики, пропонується система показників нефінансового звіту, яка відповідає особливостям інтересів стейкхолдерів. Вибір показників обґрунтовується дослідженням міжнародних стандартів і звітності щодо СВ компаній, які адаптовано до специфіки вітчизняних організацій. Крім того враховані можливість збору емпіричних даних та національні стандарти бухгалтерського обліку.

Оскільки розробка нефінансової звітності здійснювалась на основі міжнародного стандарту Керівництва GRI, це дає можливість використовувати її для організацій будь-яких типів і масштабів, будь-яких форм власності, видів діяльності та галузей економіки. Практична значимість запропонованої системи показників нефінансового звіту полягає в тому, що він дозволяє організації інформувати про

свої СВ дії кожну з зацікавлених сторін за допомогою конкретних показників, що суттєво підвищує рейтинг, конкурентні переваги та прихильність стейкхолдерів.

Список використаної літератури

1. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : монографія / Т. Р. Антошко, П. В. Круш, Ю. В. Тюленєва. – К. : НТУУ «КПІ», 2013. – 275 с.
2. Боцян Т. В. Використання стандартів зі складання та оприлюднення нефінансової звітності: досвід українських підприємств / Т. В. Боцян. // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_10.
3. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. - Ніжин : Лисенко М. М., 2011. - 175 с.
4. Грішнова О. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, значення, стратегічні напрями розвитку в Україні / О. Грішнова // Україна: аспекти праці. – 2010. – №7. – С. 3-8.
5. Максимів Л. І. Концепція формування нефінансової звітності підприємств як підґрунтя для ведення соціально відповідального бізнесу в Україні / Л. І. Максимів, Т. С. Фомічева // Наукові праці Лівівничої академії наук України. – 2013. – Вип. 11. – С. 172-177.
6. Назарова Г. В. Социально ответственное предприятие и интересы его стейкхолдеров / Г. В. Назарова, Х. Ф. Агавердиева // Бизнес Информ. – 2010. – № 5 (1). – С. 70-73
7. Орлова Н. С. Особливості підготовки нефінансової звітності корпорацій / Н. С. Орлова // Облік і фінанси. – 2014. – № 3. – С. 65-70.
8. Сікорська Т. С. Інтеграція нефінансових показників у звітність суб'єкта господарської діяльності / Т. С. Сікорська, О. О. Осадча // Молодий вчений. – 2014. – № 6(2). – С. 38-41.
9. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, професора А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.

Автори

Аграмакова Н. В., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (natavodnitskayamail.ru).

Гончарова С. Ю., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (svetvokne2012@ukr.ne).

Затейщикова О.О., к.е.н., доцент, ХНЕУ ім. С. Кузнеця (zateyshikova@mail.ru).

Тези доповіді надійшли 18 січня 2016 року.

Опубліковано в авторській редакції.