

адміністративно-управлінських і трансакційних витратах, лобіюванні своїх інтересів у державних і місцевих органах, фінансовій спроможності до постійних технологічних інновацій, удосконаленні всіх бізнес-процесів, накопиченні торгового капіталу, торговельні мережі повинні постійно збільшувати свою питому вагу на конкурентному ринку.

У конкурентній боротьбі між торговими мережами перемагають ті, хто зможе запропонувати покупцям щось унікальне і цінне. Якісне обслуговування, програми лояльності, взаємовигідні відносини з постачальниками стають реальною конкурентною перевагою, тому що дозволяють утримувати наявних клієнтів і важко копіюється конкурентами.

Список використаних джерел:

1. Рейтинг 200 крупнейших компаний страны. *Forbes*. 2012. Октябрь. С. 58–143.

Ходзицька В. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та консалтингу
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, м. Київ

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ: КРОК ДО СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

У сучасних умовах загострення конкурентної боротьби, розвиток управлінських технологій орієнтує бізнес на процеси довгострокового прогнозування та визначення основних напрямів розвитку господарюючого суб'єкта, спрямовані на забезпечення високого рівня рентабельності діяльності. Особливо актуальні питання підвищення результативності вітчизняних суб'єктів, що сприяє зростанню ВВП України. Посилення конкуренції спонукає суб'єктів різних галузей кардинально переглядати технічну, цінову політику, а також основні підходи до ефективного управління підприємством. Запорукою успіху у даному випадку є комплексний підхід до впровадження сучасних методів управління, реінжинірингу бізнес-процесів, тотального управління якістю, модернізацію виробництва, використання передового досвіду провідних зарубіжних підприємств.

Нинішній та майбутній розвиток корпорацій нерозривно пов'язаний із сучасною управлінською доктриною сталого розвитку і корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, згідно з якою компанії добровільно інтегрують у свою діяльність та взаємодію із зацікавленими особами (стейкхолдерами) аспекти сталого розвитку – екологічні та соціальні. Для оцінювання успіхів корпорацій у досягненні цілей сталого розвитку і КСВ використовують інформацію, оприлюднену у нефінансовій звітності.

Сьогодні, коли Україна наближає своє законодавство до Європейського Союзу, в т. ч. у галузі бухгалтерського обліку, постає нагальне питання щодо визначення економічної сутності поняття “нефінансова звітність” підприємства. Адже на практиці виникає плутанина стосовно того, чи це окрема звітність підприємства, чи ідентична вона інтегрованій звітності, чи це складова інтегрованої звітності підприємства.

Відповідно до § 6 Директиви 2014/95/ЄС від 22 жовтня 2014 р великі підприємства повинні підготувати нефінансовий звіт, який міститиме інформацію щодо як мінімум таких аспектів: охорона навколишнього середовища, питання

зайнятості та соціальні питання, повага прав людини, боротьба з корупцією і хабарництвом. Такий звіт повинен включати опис політики, результатів і ризиків, пов'язаних із цими питаннями, і бути включений у звіт про управління підприємством. Нефінансовий звіт повинен також включати інформацію про впровадження процесу дью-ділідженс, що реалізується на підприємстві, та інформацію, що стосується, у відповідних випадках і відповідному обсязі, ланцюгів поставки і договорів субпідряду, з метою виявлення, запобігання і пом'якшення існуючих і потенційних несприятливих наслідків [1]. У цьому випадку паралельно співіснують фінансовий звіт, звіт керівництва, звіт про корпоративне управління та компенсацію менеджменту, а також звіт про сталий розвиток. перевагами є наближення контенту звітності до інформаційних потреб інвесторів, більша довіра з боку стейкхолдерів, підвищення якості прийнятих рішень про розподіл ресурсів, економія коштів та краще управління ризиками [1-4].

Нефінансова звітність містить інформацію не лише про результати фінансово-економічної діяльності, а й про соціальні (охорона здоров'я та безпека, трудові відносини, етика бізнесу, взаємовідносини з місцевою громадою) та екологічні (використовувана енергія, викиди вуглецю, використання землі й екосистем) показники [3].

Нефінансова звітність компаній - це не просто зведення кількісних і якісних показників їх громадської діяльності. Нефінансову звітність можна визначити як систему інформації, що відображає не тільки благодійні та спонсорські програми компанії, а й будь-які інші соціально значущі аспекти її діяльності, які можуть спричинити суттєві наслідки для самої компанії, споживачів її продукції, акціонерів, державних органів, контрагентів або будь-яких інших пов'язаних з нею груп суспільства [2].

Публікація нефінансового звіту в паперовому вигляді не є єдиною можливою формою звіту. Переважна частина читачів нефінансової звітності використовує веб-сторінки компаній. Компанії можуть надавати докладнішу інформацію на веб-сторінці порівняно з паперовими версіями звіту, наприклад, подавати розширену статистику або окремі розділи звіту окремими файлами. Деякі компанії створюють так звані конструктори нефінансового звіту, коли відвідувач веб-сторінки може обрати ті розділи звіту, які його цікавлять та скласти з них свою версію для завантаження. Досвід засвідчив, що наявність веб-сторінки звіту не зменшує важливості паперової версії. Проте варто пам'ятати, що зі зростанням обсягу інформації у нефінансовому звіті він може стати непридатним до використання, надто громіздким [7].

Згідно із дослідженням, проведеним компанією KPMG (International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting, 2020), станом на 2020 рік вже близько 90 % найбільших 250 компаній світу публікують нефінансові звіти, а ще 4 % інтегрують інформацію про СВБ у свою щорічну звітність. Найчіткіше тенденції збільшення кількості соціальних звітів простежуються у Франції, Норвегії, Швейцарії, Бразилії та Південній Африці. За даними CorporateRegister.com, Переважна більшість звітів була від європейських компаній, водночас кількість компаній з Америки та Азії, що звітують, теж стрімко зростає. Значну роль у розповсюдженні нефінансового звітування відіграють уряди, які розглядають

нефінансове звітування як один із інструментів просування СВБ. Деякі з них – зокрема в країнах Європейського Союзу – зробили соціальну звітність обов'язковою для усіх або певних груп компаній [5].

Для проведення оцінювання корпоративної культури компанії Делойт було використано спеціальний метод оцінювання – анкетування на основі аналізу не фінансової звітності ТНК.

Нижче складено перелік основних критеріїв, які на нашу думку, важливі при оцінці корпоративної культури компанії:

- Гнучкість корпоративної культури
- Мотивація працівників
- Ефективність управління
- Місія та цілі компанії
- Цінності
- Можливості розвитку
- Комунікація між працівниками

Отже, корпоративна культура компанії оцінена на високому рівні. Серед проблемних питань виявлено надмірну кількість додаткових годин проведеної за роботою, що демотивує працівників, а також те, що у повсякденній рутинній роботі працівники не прозоро відчують свою приналежність до цілей та місії компанії.

Список використаних джерел:

1. Друрі К. Управлінський і виробничий облік: Пер. з англ.; підручник. М.: ЮНІТІ-ДАНА, 2002.
2. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council of 22 October 2014 amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups. URL: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=OJ:L:2014:330:FULL&from=E N#L_2014330 EN.01000101.doc.
3. Directive 2013/34/EU of the European parliament and the council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC. URL: <http://www.oroc.pt/fotos/editor2/diretivacont.pdf>.
4. The Business Case for Corporate Responsibility by Arthur D. Little and Business in the Community URL: <http://www.bitc.org.uk/document.rm?id=5253>
5. Small, Smart and Sustainable: Experiences of SME Reporting in Global Supply Chains by GRI URL: [http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/02AF6322\[C207\[4F79\[85B2\[EC017826B60F/0/SSSReport.pdf](http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/02AF6322[C207[4F79[85B2[EC017826B60F/0/SSSReport.pdf)

Ходзицька В. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та консалтингу
КНЕУ імені Вадима Гетьмана, м. Київ

ПРИНЦИПИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ: ШЛЯХ ДО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Успіх організації будується на ефективному управлінському обліку. Глобальні принципи управлінського обліку «з'єднують точки», дозволяючи побачити прямий зв'язок між цілями компанії і методами управлінського обліку. Вони застосовуються в роботі зі спеціалістами з управлінського обліку (у