

Гнилицька Л.В.,
д.е.н., професор, професор кафедри бухгалтерського обліку,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ПРАКТИКА СОЦІАЛЬНОГО ЗВІТУВАННЯ В УКРАЇНІ: МІФИ ТА РЕАЛІЇ

Нинішній етап соціально-економічних відносин в Україні характеризується зростанням уваги суспільства не лише до економічних показників діяльності суб'єктів господарювання, а й до соціальних та екологічних проблем, пов'язаних з їх функціонуванням. Це зумовлює необхідність формування інформаційної платформи, яка вміщує сукупність даних, що відображають середовище існування, методи співпраці з групами впливу, а також результати діяльності підприємства в економічній, соціальній та екологічній сферах. Такою платформою виступає Звітність зі сталого розвитку (соціальна звітність), головною метою якої є поєднання інформації про фінанси, вплив оточуючого середовища на діяльність підприємства та соціальні аспекти в один чіткий, взаємопов'язаний та придатний для порівняння формат.

Досягнення зазначеної мети можливе лише за умови стандартизованого підходу до формату соціальної звітності, який передбачає висвітлення діяльності підприємства під трьома кутами зору: економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності. Такий формат уможливило порівнянність зі звітами інших компаній та забезпечує визначення соціального рейтингу компанії у міжнародній діловій спільноті. Значущості стандартизованим звітам додає необхідність проходження соціального аудиту і, як результат, більша довіра до них користувачів.

Натомість досвід соціального звітування українських підприємств ґрунтується, в основному, на наданні нестандартизованих звітів, що не вимагають підтвердження їх достовірності. Такі звіти характеризуються істотною строкатістю показників, які більшою мірою виступають засобом реклами підприємства, а ніж мірилом його соціальної відповідальності. До найпоширеніших аспектів соціального звітування українські компанії відносять: умови праці та розвиток людського капіталу; збереження і відтворення довкілля; доброчинність і благодійництво.

Водночас не знаходить достатнього відображення інформація про такі важливі аспекти соціальної відповідальності як: рівень протидії корупції; оцінювання ризикованості діяльності; відповідальність за наслідки прояву ризиків упродовж усього життєвого циклу продукції. Виключення становлять лише декілька українських компаній.

Зокрема, антикорупційний принцип діяльності (протидія будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво і хабарництво) декларує у своєму Звіті із соціальної відповідальності за 2015-2017 роки ІП Кока-Кола Беверіджиз Україна [1]. Однак жодних результатів такої протидії не наводить.

Практично не знаходять відображення і питання пов'язані з оцінюванням та управлінням ризиками підприємницької діяльності. Найбільш відкритим у цьому питанні виявилось ТОВ «Метінвест Холдинг», яке у своєму Соціальному

звіті за 2016-2017 роки зазначає, що починаючи з 2013 року Компанією проведено 19 оцінок ризиків та за результатами оцінок здійснено понад 100 заходів з їх мінімізації [2].

Не менш важливим аспектом соціального звітування, що майже не знаходить відображення у сучасних форматах соціальної звітності вітчизняних підприємств є формування уявлення про соціальну відповідальність підприємства за наслідки своєї діяльності. Найбільш широко таку інформацію представило у своєму Звіті зі сталого розвитку ПАТ «Оболонь» [3], де надано перелік реальних та потенційних ризиків, викликаних технологічними особливостями виробництва пива та економічною ситуацією на ринку його реалізації.

Не врахування значної кількості суспільно важливих показників діяльності знижує рівень довіри суспільства до соціальної звітності та перетворює її на формальний атрибут презентації бізнесу. Користувачі такої звітності доволі скептично ставляться до процесу її підготовки та достовірності наданих в ній показників, підкреслюючи той факт, що нестандартизований набір критеріїв соціальної звітності дозволяє підприємствам розкривати у ній тільки сприятливу для себе інформацію і уникати тих даних, що свідчать про негативну динаміку. Ще більше підсилюється дана проблема низьким рівнем верифікації показників соціальних звітів.

Відтак, 45% представників бізнесу, що взяли участь в опитуванні, вважають складання соціальної звітності формальністю, що не забезпечує достовірного представлення інформації, 35% заявили, що соціальна звітність не може вимагатися у обов'язковому порядку, 13% опитаних вважають її складання зайвим, а інші 9% респондентів навіть не знають про переваги соціального звітування [4, с.27].

Як наслідок, соціальна звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн. Зокрема, інформацію про нефінансові аспекти діяльності надають лише 11% українських підприємств, що є лідерами за обсягами чистого доходу. Тоді як у розвинених країнах такі звіти готують 80% найбільших компаній та 45% компаній з найвищими доходами у країнах, що розвиваються [4, с. 34].

Тому, перед українським законодавством у сфері економіки постає нагальне завдання забезпечити найбільш адекватну участь зацікавлених сторін в процесах соціального звітування, врегулювати питання щодо стандартизованого набору показників, які уможливають всебічне оцінювання складових капіталу з метою повного відображення в звітах переваг та існуючих проблем, пов'язаних з діяльністю підприємства. Це зробить соціальну звітність правдивим інструментом ефективного управління бізнесом та значно підвищить довіру до наданої в ній інформації.

Список використаних джерел

1. Звіт з соціальної відповідальності Кока-Кола Беведріджиз Україна за 2015-2017 роки. [Електронний доступ]: <http://coca-cola-csr-report.com.ua/>.
2. Соціальний звіт ТОВ «Метінвест Холдинг» за 2016-2017 роки. [Електронний доступ]: http://www.metinvestholding.com/upload/metinvest/report/Social_Report_Metinvest_3_Medium.pdf
3. Звіт зі сталого розвитку ПАТ «Оболонь» за 2017 рік. [Електронний доступ]: http://report.obolon.ua/img/Obolon_AnnualReport-2017_ua.pdf.

УДК 657

Голов С.Ф.,
д.е.н., професор кафедри менеджменту та економіки,
ПВНЗ «Міжнародний інститут менеджменту (МІМ-Київ)»

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Подальший розвиток теорії та методології бухгалтерського обліку і економічного аналізу впливає з потреб сталого розвитку – сучасної ідеології життєздатності суспільства – схваленої країнами-учасниками Конференції ООН в Ріо-де-Жанейро в 1992 році. На період 2015 – 2030 років ООН визначила 17 ключових цілей і 169 індикаторів сталого розвитку. Концепція сталого розвитку створює нові виклики та нові можливості для бухгалтерів, які працюють у бізнесі. Міжнародна федерація бухгалтерів вважає, що бухгалтери можуть прямо або непрямо сприяти досягненню таких цілей сталого розвитку:

- забезпечення всеохоплюючої і справедливої якійсної освіти та заохочення можливості навчання впродовж усього життя для всіх;
- забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок і дівчат;
- сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх;
- створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям;
- забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва;
- вживання невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками;
- сприяння побудові миролюбного й відкритого суспільства в інтересах сталого розвитку, забезпечення доступу до правосуддя для всіх і створення ефективних, підзвітних та заснованих на широкій участі інституцій на всіх рівнях;
- зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку.

Важливою передумовою досягнення зазначених цілей є обліково-аналітичне забезпечення сталого розвитку бізнесу.

В сучасних дослідженнях облік сталого розвитку (*sustainability accounting*) розглядається як методологія, призначена для визначення кількісного фінансового впливу діяльності підприємства на довкілля й суспільство. Але значну частину характеристик довкілля і соціального розвитку неможливо відобразити в грошовому вимірнику.