

Hanna Skyba

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Department of Accounting and Taxation Educational
and Scientific Institute of Management, Economics and Business
University «Interregional Academy of Personnel Management»*

Oksana Tsimoshynska

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Department of Accounting and Taxation Educational
and Scientific Institute of Management, Economics and Business
University «Interregional Academy of Personnel Management»*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING BY ENTERPRISES AS THE KEY COMPONENT OF BUSINESS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SYSTEM IN UKRAINE

Summary

The intensification of implementing the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) in Ukrainian businesses has led to the need to study international experience in reporting on the results of this process. The examination of international experience is crucial for formulating an effective strategy for implementing CSR by Ukrainian enterprises.

Among the arguments supporting the importance of reporting on corporate social responsibility (CSR), it is worth noting not only its significance as a tool for conveying information to stakeholders about the achievements or failures of CSR strategy but also its role in upholding the principles and provisions of this concept as a development strategy for enterprises. Reporting becomes a mechanism for communication between the company and its stakeholders, as well as a tool for openness and transparency to the public.

Within the framework of academic research, it is important to consider the economic essence of «non-financial (social) reporting» which is defined as a documented list of indicators reflecting the environment, principles, and methods of interaction of an organization with various influential groups, as well as the results of its activities in economic, social, and environmental spheres. This research allows for identifying key aspects of reporting that affect the perception and evaluation of a company's activities by various stakeholders.

Theoretical aspects of the forms and types of non-financial (social) reporting, as well as approaches to its compilation, have also been considered. The research has identified problematic aspects of adapting foreign

management practices based on the principles of corporate social responsibility and compiling non-financial reporting to the Ukrainian management and entrepreneurial practices. The study has shown that 83% of domestic companies are implementing the concept of corporate social responsibility. However, the declarative nature and low level of verification of social reports indicate insufficient understanding by management that non-financial reporting is not a promotional document but rather a means of demonstrating corporate maturity in decision-making responsibility.

In Ukraine, the preparation and submission of non-financial reporting remains predominantly practiced among large national companies and representations of international corporations. However, in recent years, there has been an increase in the number of non-financial reports prepared according to the GRI standard in Ukraine.

In further research, it is important to consider the significance of social accounting for business entities as a basis for the preparation and submission of non-financial reporting, as well as one of the key elements of the corporate social responsibility system in our country.

Вступ

Сфера соціальної відповідальності визначається як область дотримання основних норм соціальної взаємодії всіма учасниками суспільних процесів, що є ключовим аспектом розвитку та успішного функціонування суспільства та інших економічних суб'єктів. Ця сфера передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до своїх послуг або продуктів, відношення до клієнтів, працівників, партнерів, а також активну соціальну взаємодію компанії. Основою цієї взаємодії є гармонійне співіснування, взаємодія та стабільний діалог з громадськістю, а також участь у вирішенні актуальних соціальних проблем. Великі корпорації відіграють вагомую роль у соціально-економічному розвитку регіонів, створюючи робочі місця для місцевого населення та сприяючи соціально-економічній стабільності. Вони активно співпрацюють з місцевими спільнотами, розвиваючи ініціативи корпоративного соціально-відповідального бізнесу та впроваджуючи соціальні програми з метою поліпшення умов життя інших.

Головна мета бухгалтерського обліку полягає у наданні необхідної інформації для користувачів з метою прийняття належних та ефективних управлінських рішень. Ця мета досягається через розробку і використання системи звітності, яка формується відповідно до конкретних потреб керівництва. Проте, на сучасному етапі розвитку, стає очевидним, що існує потреба в посиленні контрольної-аналітичних можливостей бухгалтерської інформації для задоволення різноманітних потреб системи управління. Таким чином, перед адміністративною

інформаційною базою суб'єкта господарювання постає завдання вирішення нових вимог, які виходять за рамки стандартної фінансової звітності, і забезпечення збалансованого і вчасного надання інформації для оптимального прийняття управлінських рішень.

Сьогоднішній динамічний бізнес-світ змушує компанії усе більше уваги приділяти вимогам своїх зацікавлених сторін і клієнтів. Нинішні стейкхолдери активно вимагають більш детальної та комплексної інформації про діяльність підприємства, включаючи не лише фінансові показники, а й його внесок у соціальний і екологічний розвиток. Звичайна фінансова звітність, хоча й залишається важливим елементом, вже не відповідає всім цим вимогам. Вона не здатна повністю відобразити вплив діяльності підприємства на соціальне середовище та дотримання принципів сталого розвитку. Тому на передній план виходить соціальна нефінансова звітність, яка стає ключовим джерелом інформації. Ця звітність допомагає відображати не лише фінансові показники, а й соціальну відповідальність підприємства, його взаємодію зі спільнотою та вплив на навколишнє середовище. Такий підхід демонструє соціально орієнтований характер управління та допомагає зберігати довіру споживачів і зміцнювати репутацію бренду.

Участь вітчизняних компаній на міжнародному ринку стала спонуканням до вивчення та впровадження практик соціально відповідального бізнесу. Сучасні вимоги до інформаційної бази управління підприємствами виходять за межі фінансової звітності, і вимагають включення показників, які стосуються соціальних та екологічних аспектів діяльності. За словами міжнародних експертів, звіт про соціальну відповідальність є ефективним інструментом як для внутрішньої, так і для зовнішньої оцінки діяльності підприємств, установ та організацій, і він служить основою для розробки та реалізації їх стратегічних проектів і програм. Однак впровадження зарубіжної практики в українських умовах пов'язане з рядом проблем, включаючи ідентифікацію та адаптацію до вітчизняного законодавства і забезпечення довіри до звітності щодо соціальної відповідальності підприємства. Це підкреслює актуальність досліджень у сфері звітності з питань соціальної відповідальності бізнесу, включаючи аналіз змісту, принципів та методик складання, а також дослідження та застосування міжнародного досвіду в українських підприємствах.

Присутність корпоративного соціального звіту не лише сприяє збільшенню привабливості підприємства для потенційних інвесторів, але й відображає його здатність до відкритості та відповідальності перед громадськістю. Розміщення цієї інформації позитивно впливає на формування і укріплення бренду підприємства, а також сприяє підвищенню його репутації у глобальному бізнес-середовищі. Набуття

довіри споживачів, інвесторів, а також державних установ є критично важливим для успішного функціонування будь-якої компанії.

Крім того, наявність корпоративного соціального звіту може сприяти залученню нових інвестицій та розширенню можливостей для розвитку бізнесу. Інвестори все більше звертають увагу на соціальну відповідальність підприємств, оскільки це відображає стійкість та довгострокову цінність інвестицій. Таким чином, соціальний звіт стає не лише інструментом для внутрішнього аналізу та планування, але й ключовим елементом залучення капіталу.

Звітність про соціальну відповідальність також має велике значення для державних органів, які використовують цю інформацію для формування політики та прийняття рішень у сфері соціального розвитку. Наявність конкретних даних про соціальні ініціативи та екологічні практики компанії дозволяє ефективніше впливати на соціально-економічну ситуацію в країні та спрямовувати кошти на найбільш важливі соціальні потреби. Таким чином, соціальний звіт стає не лише інструментом для підвищення прозорості та відкритості підприємства, але й важливим елементом стратегічного планування національного розвитку.

Потреба в проведенні дослідження основних аспектів соціальної звітності стає все більш актуальною у зв'язку з необхідністю розширення розуміння соціальної відповідальності суб'єктів господарювання. Традиційні методи бухгалтерського обліку та фінансової звітності, хоч і важливі для оцінки фінансової діяльності підприємства, часто не відображають повного спектру його соціальних взаємодій та відносин зі спільнотою, стейкхолдерами та навколишнім середовищем. Вимоги сучасного ринку та суспільства щодо більшої прозорості та відкритості змушують підприємства вивчати і впроваджувати нові методи та підходи до ведення соціальної звітності. Це включає в себе не лише фінансові показники, а й інформацію про екологічну стійкість, взаємодію зі спільнотою, дотримання прав людини та інші аспекти соціальної відповідальності. Тому дослідження цієї проблематики стає необхідним для підприємств у забезпеченні надійної, повної та актуальної інформації, яка відображає їхню соціальну відповідальність та сприяє побудові довіри як з боку інвесторів, так і інших зацікавлених сторін.

Соціальна звітність корпорацій виступає не лише як неодмінна складова системи соціальної відповідальності бізнесу, але й становить ключовий інструмент для виявлення та оцінки соціальних і екологічних аспектів їхньої діяльності. У науковій літературі, де відсутнє єдине визначення терміну «корпоративна соціальна звітність», дослідники акцентують увагу на різноманітності підходів до розуміння цього поняття, таких як «нефінансова звітність», «соціальна та екологічна

звітність», «соціально відповідальна звітність», «соціальна звітність». Аналіз наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як А. Андрющенко, М. Буковинська, О. Балакірева, В. Воробей, Р. Ватьє, О. Касперович, О. Мітрофанов, Н. Семенишена, Ю. Попов, П. Шлендер, О. Шулус, підтверджує, що соціальна відповідальність бізнесу є комплексною концепцією, яка охоплює не лише фінансові аспекти, а й враховує соціальні та екологічні вимоги у своїй комерційній діяльності та спілкуванні з різними зацікавленими сторонами.

Також звернена увага на дослідження аспектів формування та впровадження корпоративної соціальної звітності суб'єктами господарювання кількома визначеними вченими та фахівцями, серед яких О. Алігаджієва, К. Басу, А. Белкайо, Р. Грей, Д. Коллісон, Дж. Беббінгтон, Д. Оуен, М. Краснова, С. Адамс, М.Р. Метьюс, М.Х.Б. Перера, Я. Соколов, Ж. Богданова, І. Жиглей, О. Герасименко, С. Левицька, С. Кузнецова. Основний акцент у їхніх дослідженнях зосереджений на розгляді ролі соціальної звітності як засобу управління людським капіталом (Т.В. Давидюк), аналізі окремих показників звітності за стандартами GRI (В.А. Дерій, М.В. Дерій), оцінці нормативного регулювання та різноманітних форм соціальної звітності (І.В. Годнюк, Н.В. Семенишена), а також дослідженні соціального бухгалтерського обліку як важливого компонента соціального аудиту підприємства (Н.Р. Груздева). Додатково, ці вчені та фахівці акцентують увагу на значенні корпоративної соціальної звітності як інструменту для підвищення конкурентоспроможності підприємств на ринку шляхом покращення їхнього іміджу та репутації серед споживачів. Вони також досліджують вплив соціальної звітності на залучення інвестицій та фінансову стійкість компаній. Крім того, вони досліджують можливості використання соціальної звітності як інструменту для забезпечення внутрішньої та зовнішньої відповідальності підприємства перед стейкхолдерами та суспільством в цілому. Такий широкий аналіз різних аспектів соціальної звітності дозволяє зрозуміти її значущість як інструменту для сталого розвитку бізнесу та суспільства в цілому.

Згідно з О.П. Гоголює, фінансова звітність одноразового призначення не враховує інтереси всіх зацікавлених сторін, оскільки вимоги до неї в сучасних умовах виходять за межі лише фінансової інформації минулого періоду [3, с. 12]. У свою чергу, М.С. Пушкар підтримує цю думку, стверджуючи, що існуюча система фінансової звітності, що застосовується в бізнес-середовищі, не може відтворити всю складність бізнесу в умовах зростаючого значення нематеріальних активів, включаючи інформаційні ресурси компанії [10, с. 23]. У своїй роботі Д. Панков вказує на позитивний напрямок у розвитку бухгалтерської звітності, який полягає в розширенні обсягу інформації, яка міститься у

звітності, включаючи не лише статичні показники, а й динаміку розвитку підприємства через фіксацію матричної відповідності оборотів між основними групами рахунків [9, с. 166]. Враховуючи цю ситуацію, виникає необхідність перегляду змісту звітності з метою забезпечення можливості оцінки діяльності та прийняття управлінських рішень.

Отже, проблема створення та впровадження соціальної звітності в сфері діяльності підприємств, що вважається ефективним інструментом управління, залишається нерозв'язаною у вітчизняній теорії бухгалтерського обліку. Проведення додаткових досліджень необхідне для встановлення системи ключових принципів формування соціальної звітності, яка враховуватиме сучасні вимоги та потреби бізнес-середовища.

Розділ 1. Звітність підприємств у сфері соціальних питань: суть, виклики та перспективи розвитку

Звітування про соціальну відповідальність бізнесу визначається як інноваційний інструмент, який отримав широке використання не лише на території України, але й у всесвітній практиці. Хоча традиційні щорічні фінансові звіти функціонують вже більше століття, концепція звітування про соціальну відповідальність бізнесу виникла лише на початку 1980-х років. У цей період фонди соціальних інвестицій у Великій Британії та США почали активно досліджувати соціальні аспекти корпоративної діяльності та загальну ділову етику.

Таким чином, впровадження інноваційних підходів у сфері соціальної відповідальності бізнесу та зростання вимог бізнес-партнерів один до одного призвели до формування понять «Звіт про соціальну відповідальність бізнесу» та «введення нових стандартів бухгалтерського та управлінського обліку». Це свідчить про поступову еволюцію підходів у сучасному бізнесі, де соціальна відповідальність стає все більш вагомим аспектом корпоративної стратегії і управління [5, с. 61]. Україна, як країна, що активно розвивається і входить до світових економічних процесів, стикається з необхідністю відповідати міжнародним стандартам і вимогам щодо соціальної відповідальності бізнесу. Звітування про соціальну відповідальність стає не лише елементом прозорості та відкритості для споживачів і інвесторів, але й важливим кроком у забезпеченні конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Виходячи на зовнішні ринки збуту, українським компаніям важливо демонструвати свою відповідальність перед суспільством і дбайливе ставлення до екології, трудових стандартів, прав людини та інших аспектів. Отже, розширення звітності про соціальну відповідальність не лише підвищує довіру споживачів та інвесторів, але й сприяє створенню позитивного іміджу країни в глобальному бізнес-середовищі [6].

У зв'язку з розвитком поняття соціальної відповідальності бізнесу, звіти про неї стали необхідним інструментом для визначення ефективності цієї діяльності та відображення внеску компаній у розвиток суспільства та охорону навколишнього середовища. Оскільки ця практика сформувалася у відповідь на конкретні потреби та вимоги сучасності, існують різноманітні підходи до визначення призначення, структури, змісту та форми звітів про соціальну відповідальність.

Ключовим в цьому контексті є тривимірний підхід до звітності, який вимагає від компаній не лише розкриття фінансового стану та бізнес-стратегії (фінансовий звіт), але й активної участі у вирішенні соціальних проблем (соціальний звіт), а також здійснення заходів щодо захисту довкілля та збереження природних ресурсів (екологічний звіт). Цей підхід відображає комплексність та багатогранність соціальної відповідальності бізнесу, а також вплив компаній на різні сфери життя суспільства та навколишнього середовища. Таким чином, розвиток звітності про соціальну відповідальність відображає постійні зміни в суспільстві та потреби його учасників, а також стрімкий розвиток самого поняття соціальної відповідальності бізнесу в сучасному світі [1, с. 29].

Важливо відзначити, що не існує однозначної назви для звітів, які стосуються різних аспектів соціальної відповідальності бізнесу. В українській та світовій практиці використовуються різноманітні терміни, серед яких можна виокремити «соціальний звіт» (Social reporting), «звіт про корпоративну соціальну відповідальність» (Corporate Social Responsibility Reporting), «звіт про корпоративну відповідальність» (Corporate Responsibility Report), «звіт про прогрес» (Progress Report), «звіт про сталий розвиток» (Sustainable Development Reporting) та інші. Незважаючи на різноманітність найменувань, ці форми звітності мають спільні характеристики, які варто враховувати:

- ціль – надання інформації про результати соціальної діяльності підприємства, його вплив на навколишнє середовище тощо;
- включають, в основному, не фінансову інформацію, але показники якісних і кількісних аспектів соціально-економічної діяльності;
- можуть відрізнятися за обсягом та охопленням окремих сфер соціальної діяльності підприємств, організацій та установ [3, с. 63].

Підприємства, установи та організації несуть відповідальність перед зацікавленими сторонами як у соціальній, так і в корпоративній сфері. Використання термінів «звіт про соціальну відповідальність» або «звіт про корпоративну відповідальність» для охоплення усіх цих звітів може бути не доцільним. У практиці, як в українській, так і в світовій, найчастіше використовується термін «нефінансовий звіт». Цей термін застосовується до звітів, які не мають фінансового характеру, таких як статистичні, податкові, звіти про пенсійне забезпечення та соціальне

страхування, внутрішні звіти, а також звіти про соціальну відповідальність бізнесу. Це важливо, оскільки всі ці звіти об'єднують одна спільна ознака – вони не містять фінансової інформації. Звіти про соціальну (корпоративну) відповідальність бізнесу, нарівні з фінансовими звітами, мають багато спільних рис і формують єдину інформаційну базу для управління соціально-економічною діяльністю підприємства. Використання терміну «нефінансовий звіт» для звітів про соціальну (корпоративну) відповідальність бізнесу є обґрунтованим, оскільки він відображає інформаційний зв'язок таких звітів із фінансовими, враховує їх місце в системі звітності підприємства та є лаконічним. Таким чином, у майбутньому використання терміну «нефінансовий звіт» для всіх звітів про соціальну відповідальність бізнесу може стати загальноприйнятим стандартом.

У дослідженні М.А. Проданчука підкреслюється важливість вивчення нефінансової звітності як складової частини корпоративної звітності. Відмінність нефінансових звітів від традиційних фінансових полягає у тому, що вони включають в себе інформацію про соціальну відповідальність, екологічні аспекти, управлінські практики та інші нефінансові показники, які впливають на діяльність підприємства та його стосунки зі зацікавленими сторонами [9, с. 203]. Дослідження вказує на те, що виявлені недоліки стосуються звітів про корпоративну соціально-відповідальну діяльність, які часто мають форму буклетів або розміщуються на інформаційних сайтах компаній. Ці звіти включають інформацію про благодійні програми, підтримку установ та заходи у сфері освіти, охорони здоров'я, культури та спорту. Головною метою цих звітів є популяризація певного підприємства та його продукції серед широких верств громадськості, включаючи пересічних громадян.

Однак, такий підхід до складання звітів може мати свої обмеження та недоліки. Наприклад, вони можуть бути недостатньо структурованими та деталізованими, щоб надати повну картину про соціально-відповідальну діяльність підприємства. Такі звіти можуть бути спрямовані переважно на позитивне представлення компанії, уникаючи відображення можливих негативних аспектів або проблем.

Для підвищення ефективності та об'єктивності таких звітів необхідно розглядати можливість впровадження стандартизованих форматів та методологій, які б забезпечили більшу об'єктивність та деталізацію інформації. Також важливо забезпечити доступність цієї інформації для аудиторії та механізми звітності, які б забезпечили можливість відстеження реального впливу соціально-відповідальної діяльності компанії.

У тексті не вказуються чіткі числові або фінансові показники, які були б достовірними та дозволили б провести порівняння з аналогічними

звітами за попередні періоди або документами інших компаній. Отже, непрактично вимагати від неї конкретних рекомендацій [4, с. 164].

У відмінні від інформальних звітів, існують так звані "стандартизовані звіти", що систематизують діяльність компанії в сфері корпоративної відповідальності та сталого розвитку. Ці звіти відображають внесок компанії в економіку країни та регіонів, вплив на навколишнє середовище, етичні аспекти бізнесу, підтримку місцевих громад, ставлення до персоналу, а також інформацію щодо корпоративної благодійності. У світовій практиці існують кілька стандартів для підготовки таких звітів, кожен з яких має власні особливості та цілі.

Найчастіше зустрічаються такі звіти, що не містять фінансових показників (нефінансові звіти), а саме:

– Звіт про прогрес (щодо імплементації принципів Глобального договору ООН), який готують лише підприємства-учасники Глобального договору ООН, звіт відображає стан імплементації принципів соціальної відповідальності та плани щодо майбутньої діяльності (аудит не проходить);

– Звіт за стандартом GRI (Звіт про сталий розвиток), що містить чіткі показники діяльності компанії (аудит можливий);

– Звіт за стандартом AA1000, заснований на діалозі із зацікавленими сторонами, структурно відповідає їхнім інформаційним запитам (аудит можливий) [3, с. 62].

Вивчення практики публікації нефінансових звітів в Україні розкрило, що більшість підприємств (91,5%) віддають перевагу звітам про прогрес, в той час як лише 8,5% використовують стандарт GRI. Це свідчить про кілька ключових аспектів:

1. Відсутність належного теоретичного обґрунтування та практичного досвіду в більшості вітчизняних підприємств щодо підготовки стандартизованих звітів.

2. Недостатнє розуміння переваг «стандартизованих» звітів, особливо стандарту GRI. Аудит та відповідність міжнародним стандартам додають стандартизованим звітам значущості, що призводить до більшої довіри користувачів та забезпечує більший вплив на нематеріальну складову вартості бізнесу [7, с. 32].

Отже, насамперед важливо поглиблено проаналізувати звіт, що складений відповідно до стандарту GRI, та провести докладний порівняльний аналіз мотивів, які спонукають підприємства до складання нефінансової та фінансової звітності. За відомостями від KPMG, більш ніж 75% іноземних компаній назвали економічні міркування основною причиною для публікації нефінансових звітів. Отже, коли мова йде про мотиви складання фінансової звітності, вони часто пов'язані з вимогами законодавства, особливо тоді, коли стоїть завдання залучення

зовнішнього фінансування, такого як кредити чи інвестиції. Дотепер фінансова звітність виявлялася ключовою для кредиторів та інвесторів. Проте із поширенням практики корпоративної соціальної відповідальності неабиякий вагомість починає набирати нефінансова звітність.

Існують два підходи до складання нефінансової звітності, кожен з яких має свої особливості та переваги. Перший підхід полягає у формуванні окремого документа, який детально описує соціальну та екологічну діяльність підприємства. Цей документ зазвичай включає широкий спектр інформації про соціальні і екологічні програми, заходи та досягнення компанії. Такий підхід дозволяє докладно охопити всі аспекти соціальної відповідальності та сталого розвитку компанії і представити цю інформацію широкому колу зацікавлених сторін.

Другий підхід полягає у включенні нефінансової звітності у вигляді тематичного розділу річного звіту підприємства. У цьому випадку інформація про соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємства включається до загального звіту разом з фінансовими показниками. Такий підхід дозволяє забезпечити інтегрований погляд на діяльність компанії та показати зв'язок між фінансовими та нефінансовими показниками її успішності.

Обидва ці підходи важливі, оскільки дозволяють підприємствам ефективно використовувати нефінансову звітність як інструмент управління та сприяють підвищенню рівня прозорості та відкритості перед зацікавленими сторонами [10, 40].

Згідно з дослідженням, проведеним компанією KPMG (Міжнародне дослідження звітності про корпоративну соціальну відповідальність), лише 4% компаній у всьому світі, які публікують нефінансові звіти, інтегрують інформацію про соціальну відповідальність бізнесу у свої річні звіти [6, с. 166]. Автори вказують на важливу роль урядів у поширенні нефінансової звітності, яку розглядають як інструмент підтримки соціальної відповідальності бізнесу. Деякі уряди, зокрема в країнах Європейського Союзу, внесли звітність про соціальну відповідальність обов'язковою для всіх або певних груп компаній. Наприклад, такі вимоги діють у Бельгії, Нідерландах, Норвегії, Великій Британії та Франції для всіх або котирувальних на біржі компаній, у Данії – для найбільших забруднювачів довкілля, а в Швеції – для державних підприємств. Ці вимоги включені до законодавства про бухгалтерський облік та фінансову звітність у Нідерландах та Норвегії. Наприклад, у цих країнах, а також у Італії, фінансовий звіт повинен містити інформацію про різні аспекти соціальної політики компанії, такі як відносини з працівниками та екологічна діяльність. У Бельгії та Німеччині компанії зобов'язані включати соціальний звіт до річного

звіту, який містить інформацію про практику найму та розвитку працівників, загальний стан робочої сили, мобільність персоналу, заходи щодо просування та професійного навчання, а також вплив діяльності на навколишнє середовище [10, с. 61].

Аналіз досвіду інших країн у сфері державного регулювання нефінансової звітності є важливим кроком для України. Цей аспект відображається у вивченні різних підходів та практик, що існують у світі, щодо регулювання обов'язковості та вмісту нефінансових звітів. Зокрема, зазначене дослідження сприятиме визначенню оптимальної стратегії для подальшого розвитку нефінансової звітності в Україні. Вивчення цього досвіду дозволить врахувати найефективніші та найпрогресивніші практики інших країн при вдосконаленні власної системи регулювання та стимулюванні підприємств до складання якісних та змістовних нефінансових звітів. Такий підхід сприятиме підвищенню довіри громадськості до бізнесу, забезпечить більшу прозорість та відкритість у діяльності підприємств і сприятиме покращенню їхнього впливу на соціальний та екологічний аспекти життя суспільства.

Найважливішим напрямком подальших досліджень є визначення заходів, які забезпечать високий рівень довіри до нефінансової звітності, необхідний для отримання нею статусу, який би прирівнявся до статусу фінансової звітності [3, с. 65]. Крім того, важливо зазначити, що процес аудиту нефінансового звіту включає в себе не лише перевірку правильності та достовірності інформації, але й оцінку її повноти та вичерпності. Необхідно переконатися, що всі важливі аспекти діяльності організації відображені у звіті, а також відповідають вимогам стандартів та законодавства.

Крім того, ефективність нефінансового звіту в значній мірі залежить від якості та доступності використаної інформаційної бази. Це включає в себе не лише внутрішні дані організації, а й зовнішні дані, отримані від стейкхолдерів, партнерів та інших джерел. Необхідно переконатися, що ця інформація є достовірною та достатньою для формування повного образу про соціальну відповідальність та сталість бізнесу.

Отже, покращення якості нефінансового звіту потребує комплексного підходу, що включає в себе не лише аудит та використання інформаційної бази, але й вдосконалення методології його складання та організаційного підґрунтя для забезпечення його ефективності та достовірності.

Складання нефінансового звіту завжди варіюється в залежності від конкретної організації. Однак, існують загальні етапи, які відбуваються у процесі підготовки звіту:

1. Формування міжфункціональної команди для роботи над звітом.
2. Залучення різних стейкхолдерів у процесі підготовки (наскрізний етап).

3. Збір та аналіз необхідних показників.
4. Написання та структурування звіту.
5. Перевірка звіту на відповідність зібраним даним та відповідність вимогам [7, с. 77].

Утворення спільної робочої групи та розроблення процедур для підготовки та поширення звіту є першим та ключовим кроком у процесі реалізації корпоративного соціального звітування. Ця група повинна бути представлена представниками різних відділів і підрозділів організації, щоб забезпечити повноту та об'єктивність інформації.

Визначення ключових аспектів, проблем і напрямків, які будуть включені до звіту, потребує ретельного аналізу стратегічних цілей організації та потреб цільових аудиторій. Належне врахування цих аспектів дозволить забезпечити звітність, яка буде відповідати очікуванням зацікавлених сторін:

1. Визначення зовнішніх і внутрішніх зацікавлених сторін, що братимуть участь у складанні, оцінці та перевірці результатів звіту, сприяє побудові взаємодії між організацією та її стейкхолдерами та забезпечує збалансований підхід до представлення інформації.

2. Встановлення механізмів та критеріїв оцінки соціальної ролі організації дозволяє об'єктивно оцінювати вплив діяльності організації на суспільство та навколишнє середовище.

3. Збір і аналіз необхідної інформації, включаючи консультації з зацікавленими сторонами, дозволяє отримати об'єктивну та достовірну інформацію для підготовки звіту.

4. Підготовка звіту та надання незалежної оцінки процесу його підготовки сприяє підвищенню довіри до інформації, представленої в звіті.

5. Поширення звіту та збір коментарів від цільових аудиторій є важливим етапом, оскільки це дає можливість організації отримати зворотній зв'язок від своїх зацікавлених сторін та виправити можливі недоліки.

6. Аналіз процесу з точки зору ефективності соціальної стратегії організації та вдосконалення соціальних програм допомагає виявити сильні та слабкі сторони діяльності організації та прийняти відповідні заходи для їх покращення [2, с. 59].

Формування соціальної (нефінансової) звітності є ключовим етапом у вирішенні завдань з документування та поширення серед зацікавлених сторін інформації про результати впровадження стратегії соціальної відповідальності організації. Це стає ще важливішим в контексті зміцнення довіри до компанії та підвищення її репутації як соціально відповідального суб'єкта. Тому важливо акцентувати увагу на публікації

соціальних (нефінансових) звітів з підтвердженням того, що вони сприяють сталому розвитку території, включаючи такі аспекти:

1. Запровадження ефективного діалогу з територіальною громадою, сприяючи вирішенню соціальних проблем та враховуючи потреби місцевого населення.

2. Створення позитивних зв'язків з бізнесом та надання йому прикладу соціальної відповідальності, що сприяє розвитку сталого бізнес-середовища.

3. Зміцнення рівня довіри зацікавлених сторін до суб'єкта господарювання, демонструючи прозорість та відкритість в діяльності.

4. Підвищення прозорості в діяльності компанії, що сприяє покращенню стосунків зі споживачами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами.

5. Удосконалення процесів стратегічного управління розвитком підприємства, базуючись на аналізі результатів соціальної діяльності та впливу на спільноту.

Розділ 2. Соціальні принципи, закони і норми як система соціальної відповідальності

Досліджуючи принципи соціальної звітності, важливо враховувати, що ця форма звітності ґрунтується на даних, які формуються в системі фінансового обліку, та є важливою складовою внутрішньої управлінської та нефінансової звітності. Отже, розглядати принципи соціальної звітності на основі принципів фінансової, управлінської та інтегрованої звітності є доречним підходом.

Згідно із Міжнародним стандартом інтегрованої звітності, формування інтегрованого звіту та підготовка інформаційного забезпечення включає такі принципи:

– Стратегічна спрямованість та орієнтація на майбутнє: соціальна звітність повинна відображати стратегічні цілі організації та її зобов'язання щодо сталого розвитку.

– Зв'язність інформації: інформація у соціальному звіті має бути зв'язаною з фінансовою та управлінською звітністю, щоб забезпечити її цілісність та повноту.

– Матеріальність і стислість: у соціальному звіті слід акцентувати увагу на матеріальних аспектах діяльності організації та надавати стисло, але змістовну інформацію.

– Повнота і надійність: інформація в соціальному звіті повинна бути повною та достовірною, щоб зацікавлені сторони могли правильно оцінити вплив діяльності організації на соціальне середовище.

– Постійність і порівнянність: звіти повинні бути підготовлені відповідно до стандартів та забезпечувати можливість порівняння результатів діяльності в різних періодах.

– Реагування та залучення зацікавлених осіб: Важливо враховувати думки та погляди зацікавлених сторін у процесі формування соціального звіту та реагувати на їхні запити та потреби [10].

Принципи Глобальної ініціативи щодо звітності: відкритість, перевіреність, повнота, значущість, точність, об'єктивність, порівнянність, зацікавлені сторони, контекст сталого розвитку, ясність, своєчасність та регулярність лише частково відрізняються від принципів фінансової звітності, чітко визначених національними нормативними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку [7].

Систематизація підходів з урахуванням особливостей соціальної звітності дає змогу виокремити наступні її принципи (рис. 1).



Рис. 1. Ключові засади корпоративної соціальної звітності

Джерело: авторська розробка

Соціальна відповідальність не лише полягає в тому, що організація несе відповідальність за вплив своїх рішень та господарської діяльності на суспільство та навколишнє середовище, але й охоплює ширший спектр аспектів, які відображаються в її прозорій та етичній поведінці.

Ця відповідальність сприяє сталому розвитку, забезпечує добробут та здоров'я суспільства, інтегрується в діяльність організації та реалізується нею на практиці.

Кожен суб'єкт господарської діяльності, будучи свідомим своєї соціальної відповідальності, приймає на себе обов'язок перед державою, працівниками, суспільством та навколишнім середовищем. Це означає, що організація не лише дотримує чинного законодавства та міжнародних норм поведінки, але й враховує очікування зацікавлених сторін, інтегруючи принципи соціальної відповідальності у всі аспекти своєї діяльності. Така відповідальність також розповсюджується на сферу охорони праці, що відображається у дотриманні найвищих стандартів безпеки та забезпеченні здорових умов праці для всіх працівників.

Виділяють такі принципи соціальної відповідальності:

1. Підзвітність. Організація має брати на себе відповідальність за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище. Підзвітність передбачає готовність організації нести відповідальність за свою діяльність перед своїми керівними органами, правовими установами і, в більш широкому розумінні, перед іншими зацікавленими сторонами. Це означає, що організація визнає можливість залучення уваги до своєї діяльності і зобов'язується реагувати на цю увагу. Підзвітність передбачає здатність організації звітувати перед іншими. Вона означає, що організація готова реагувати як на тих, хто страждав від її дій, так і на суспільство в цілому, з метою загального покращення умов життя.

2. Прозорість. Організації повинні демонструвати відкритість та прозорість у всій своїй діяльності, яка впливає на інших. Це означає, що вони повинні розкривати свою політику, прийняті рішення та проведену діяльність у зрозумілій, збалансованій та правдивій формі. Організація має віддавати перевагу доступності інформації, щоб кожен міг легко отримати доступ до неї. Ця інформація повинна бути зрозумілою для тих, кого дії організації можуть суттєво вплинути або пошкодити. Вона повинна бути своєчасною, базуватися на фактах, подаватися чітко та об'єктивно. Такий підхід дозволить зацікавленим сторонам точно оцінити вплив діяльності організації на їхні відповідні інтереси, а також сприятиме підвищенню довіри до організації в очах суспільства.

3. Етична поведінка. Організаційна поведінка має завжди ґрунтуватися на етичних принципах та правилах, які визначаються цінностями і моральними стандартами. Ці принципи включають цілісність, чесність, рівність, розумне керівництво та порядність. Організації мають дотримуватися цих етичних принципів як основних правил своєї діяльності.

Зазначені етичні принципи вимагають, щоб організації виявляли турботу про своїх співробітників, клієнтів, партнерів та загальну

громадськість. Вони також покладають на організації обов'язок зберігати навколишнє середовище та відповідати потребам зацікавлених сторін. Такий підхід до організаційної поведінки сприяє побудові довіри відносин зі співробітниками, клієнтами та громадськістю в цілому, що в свою чергу сприяє успішному функціонуванню та розвитку організації.

4. *Стейкхолдери організації.* Організація ретельно враховує і дотримується інтересів своїх зацікавлених сторін. Стейкхолдери, які мають інтереси в діяльності організації, можуть включати в себе окремих осіб або групи. Хоча мета організації може обмежуватися інтересами власників, працівників або керівництва, інші зацікавлені сторони також мають власні права, потреби та специфічні інтереси, які варто враховувати.

Важливо, щоб організація розуміла, що у своїй діяльності вона взаємодіє з іншими організаціями та особами. Інтереси стейкхолдерів можуть бути легко зрозумілими у випадку корпорацій, партнерів чи постачальників, а також працівників. Проте не всі інтереси стейкхолдерів завжди очевидні. Крім того, ці інтереси можуть бути різноманітними та іноді протирічливими відносно організації.

5. *Правові норми.* Кожна організація виконує правові норми, які є основою верховенства закону та ідеї, що ніхто не може перебувати поза межами закону, навіть уряд. Це принципи, які протистоять державній самовладі. Коли йдеться про правові норми, це означає, що закони закріплені у письмовій формі, є доступними для всіх і виконуються відповідно до встановлених процедур.

У контексті соціальної відповідальності дотримання правових норм означає, що організація поважає всі застосовні закони та правила. Це означає, що вона виконує не лише загальновизнані правила і вимоги, але й ураховує специфічні вимоги та регулювання, що стосуються її конкретної сфери діяльності. Такий підхід підтверджує, що організація діє в межах встановлених законом норм і сприяє підтримці правопорядку та загального добробуту.

6. *Міжнародні норми.* Усі організації мають дотримуватися міжнародних стандартів, коли ці стандарти сприяють сталому розвитку та добробуту суспільства. Міжнародні норми представляють собою принципи, очікування або стандарти поведінки, які є загальновизнаними і впливають із традиційного міжнародного права, загальноприйнятих принципів міжнародного права або практики міжнародного публічного права, таких як міжнародні конвенції.

7. *Права людини.* Необхідно визнати вагомість та універсальний характер прав людини, які закріплені у Загальній декларації прав людини. Організація, враховуючи їх універсальність, поважає ці права та визнає, що вони мають застосовуватися незалежно від країни та культурного

середовища. У випадках, коли права людини порушуються, організація зобов'язана вживати всіх можливих заходів для їх захисту та забезпечення поваги до них, уникнувши пошуку особистої вигоди в таких ситуаціях.

При розгляді соціальної відповідальності виділяються дві її складові: внутрішня, яка спрямована на власний персонал компанії, та зовнішня, орієнтована на взаємодію з іншими людьми та оточуючим середовищем.

Внутрішня соціальна відповідальність охоплює наступні аспекти:

- забезпечення безпеки праці та покращення умов праці для персоналу;
- гарантування стабільності заробітної плати, своєчасної виплати заробітної плати та індексації;
- запровадження додаткових медичних та соціальних страхових програм для працівників та їх сімей;
- реалізація освітніх та підвищувальних програм для підготовки та розвитку персоналу;
- надання підтримки працівникам у випадках критичних ситуацій;
- підтримка ветеранів-пенсіонерів, що працювали в організації.

Зовнішня соціальна відповідальність включає наступні напрямки діяльності:

- реалізація корпоративної благодійності та спонсорства;
- здійснення заходів щодо охорони навколишнього природного середовища;
- взаємодія з територіальною громадою та місцевими органами влади з метою розвитку території;
- участь у запобіганні кризовим ситуаціям на території та відновлення після них;
- відповідальність перед споживачами товарів і послуг, що включає забезпечення їхніх потреб і вимог.

Соціальний звіт відіграє важливу роль і повинен бути спрямованим на задоволення потреб основних груп зацікавлених сторін. Він також відображає стратегічні пріоритети компанії та має бути побудованим на реальних, прозорих та достовірних даних. Щоб забезпечити відповідність цим критеріям, важливо, щоб соціальний звіт був перевірений внутрішнім аудитом або зовнішньою оцінкою. Інформація, що міститься в звітності, повинна бути суттєвою та впливовою для прийняття управлінських рішень. Також важливо дотримуватися послідовності у складанні звіту, щоб забезпечити об'єктивність та порівнянність даних з року в рік.

Складання звітності повинно відбуватися своєчасно із застосуванням затвердженого графіку, щоб зацікавлені сторони мали можливість вчасно реагувати на зміни в діяльності компанії та приймати обґрунтовані

управлінські рішення. Для вдосконалення соціального звіту та визначення переліку ключових питань для включення в нього цілком доцільно залучати зацікавлені сторони до обговорення.

Висновки

Після проведення наукових досліджень важливо здійснити об'єктивний аналіз та сформулювати адекватні висновки. У контексті звітності, що стосується соціальної (корпоративної) відповідальності підприємств, організацій та установ, рекомендується використовувати стандартизовану назву "нефінансова звітність". При розробці єдиної інформаційної платформи для управління соціально-економічною діяльністю підприємства слід уважно враховувати спільні риси та особливості фінансової та нефінансової звітності, щоб забезпечити її ефективне функціонування та внутрішню консистентність.

За рядом критеріїв (таких як статус нормативних актів, вплив на оцінку бізнесу, обов'язковість подання, відповідальність за маніпулювання даними та інші), нефінансова звітність знаходиться на другорядному рівні, і для підвищення довіри до неї потрібно більше прозорості. Основною джерельною базою інформації для нефінансового звіту є дані, які надаються бухгалтерським обліком. Наукова обґрунтованість методології та організації збору, реєстрації, обробки та подання інформації про соціальну відповідальність бізнесу також сприятиме підвищенню довіри до нефінансових звітів та рівня довіри до них.

Посилення тенденцій у напрямку соціально відповідального бізнесу вимагає поєднання традиційної методологічної концепції бухгалтерського обліку із соціальною сферою, щоб формувати та розвивати соціальну звітність. Ця звітність повинна відображати не лише фінансові показники, але й основні соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємства. Вона включає в себе систему збору та аналізу взаємопов'язаних якісних та кількісних даних про соціальну активність, таких як впровадження соціальних програм, проведення соціальних заходів, участь у житті суспільства та рішення з управління. Це спрямовано на задоволення інформаційних потреб зацікавлених сторін та створення позитивного іміджу компанії для отримання додаткових конкурентних переваг. Щоб забезпечити високу якість такої звітності, вона повинна базуватися на наборі принципів, які визначають її структуру, зміст і процедури складання.

Додатковими кроками в процесі підготовки соціального звіту можуть бути визначення стратегічних цілей і завдань звітування, а також вивчення та аналіз вимог регуляторів та стандартів у цій галузі. Крім того, важливо провести внутрішню оцінку ресурсів та потреб, щоб забезпечити ефективне впровадження підготовки звіту.

Удосконалення програми професійної підготовки може включати в себе вивчення передових методів та практик у галузі соціальної звітності, впровадження курсів з розвитку навичок у сфері збору, аналізу та представлення нефінансової інформації. Також можна розглянути можливість проведення тренінгів та семінарів з питань етичної звітності та взаємодії з різними зацікавленими сторонами. Ці заходи сприятимуть не лише підвищенню якості та прозорості соціального звіту, але й підвищать рівень професійної компетентності персоналу, що займається підготовкою та аналізом цих документів.

Прискорене впровадження національних стандартів соціальної звітності в Україні стає ключовим етапом у розвитку ефективного управління, спрямованого на контроль та підвищення ефективності соціальної відповідальності як на рівні держави, так і на рівні підприємств. Стандартизована нефінансова звітність відкриває можливості для українських компаній порівнювати інформацію про нефінансові показники з іншими, встановлювати взаємозв'язок між ними та розробляти стратегії наступного розвитку.

Завдяки національним стандартам, підприємства матимуть можливість об'єктивно оцінювати свою соціальну діяльність та визначати її вплив на суспільство. Це сприятиме побудові взаємозв'язку між реалізацією соціальних і трудових відносин та управлінням підприємством, що в свою чергу сприятиме вдосконаленню державної соціальної політики та сприяє створенню сприятливих умов для розвитку суспільства.

Тому значимість підготовки нефінансових звітів полягає в демонстрації суспільству волі дотримуватися принципів соціальної відповідальності. Звіти, які подають окремі корпорації, свідчать про їх високий рівень підготовки до процедури звітності та зобов'язання за надану у них інформацію. Саме соціальна звітність стає ефективним інструментом внутрішньої та зовнішньої політики суб'єктів господарювання, що закладає основу для розробки та реалізації стратегічних бізнес-проектів.

Ці звіти не лише відображають діяльність підприємств, а й підтверджують їхнє зобов'язання перед суспільством та середовищем. Їхній зміст і якість відображають глибоке розуміння і реалізацію принципів екологічної та соціальної відповідальності. Така прозорість і відкритість є вагомим кроком у розвитку корпоративної культури та сприяє формуванню позитивного сприйняття бренду компанії.

Список використаних джерел:

1. Воробей, В. (2010). Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу. Київ : Інжиніринг.
2. Воробей, В. (2009). Соціальна звітність: стан та перспективи. Матеріали Зборів мережі Глобального Договору ООН (16 грудня 2009 р.). Київ : Інжиніринг.

3. Гоголя, О.П. (2008). Соціальна відповідальність бізнесу. Київ: Національний університет біоресурсів та природокористування.
4. Куцик, П. (2014). Соціальна звітність підприємств: проблеми і перспективи. URL: http://www.sophus.at.ua/publ/2014_11_25_lviv/sekcija_2_2014_11_25/socialna_zvitnist_pidpriemstv_problemi_i_perspektivi_rozvitku/68-1-0-1111
5. Маматова, Т. (2010). Нефінансова звітність як елемент системи соціальної безпеки людини і суспільства. Проблеми управління соціальним і гуманітарним розвитком. Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ.
6. Міжнародні ініціативи та стандарти. URL: <http://www.un.by/ru/undp/gcompact/initiative/standards.html>
7. Оренчин, О.В. (2013). Соціальна відповідальність бізнесу як інституційний чинник соціально-економічного розвитку та специфіка її становлення в Україні. URL: <http://www.nbu.gov.ua/portal/soc.4/33>
8. Посібник із корпоративної соціальної відповідальності. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. (2008). Київ : Енергія.
9. Проданчук, М.А. (2013). Нефінансова звітність – ефективний інструмент в реалізації управлінських рішень. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*, 2 (2), 202–214.
10. Пушкар, М.С. (2007). Створення інтелектуальної системи обліку. Тернопіль : Карт-бланк.

References:

1. Vorobey, V. (2010). Nefinansova zvitnist: instrument sotsialno vidpovidalnoho biznesu [Non-financial reporting: a tool of socially responsible business]. Kyiv: Inzhynirynh. [in Ukrainian].
2. Vorobey, V. (2009). Sotsialna zvitnist: stan ta perspektyvy. Materialy Zboriv merezhi Hlobalnoho Dohovoru OON (16 hrudnya 2009 r.) [Social reporting: status and prospects. Proceedings of the United Nations Global Compact Network Meeting (December 16, 2009)]. Kyiv: Inzhynirynh. [in Ukrainian].
3. Hohulya, O. P. (2008). Sotsialna vidpovidalnist biznesu [Social responsibility of business]. Kyiv: Natsional'nyy universytet bioeursiv ta pryrodokorystuvannya. [in Ukrainian].
4. Kutsyk, P. (2014). Sotsialna zvitnist pidpnyemstv: problemy i perspektyvy [Social reporting of enterprises: problems and prospects]. Retrieved from http://www.sophus.at.ua/publ/2014_11_25_lviv/sekcija_2_2014_11_25/socialna_zvitnist_pidpriemstv_problemi_i_perspektivi_rozvitku/68-1-0-1111
5. Mamatova, T. (2010). Nefinansova zvitnist yak element systemy sotsialnoyi bezpeky lyudyny i suspilstva. Problemy upravlinnya sotsialnym i humanitarnym rozvytkom [Non-financial reporting as an element of the system of social security of man and society. Problems of managing social and humanitarian development]. Dnipropetrovsk: DRIDU NADU. [in Ukrainian].
6. Mizhnarodni initsiatyvy ta standarty [International initiatives and standards]. Retrieved from <http://www.un.by/ru/undp/gcompact/initiative/standards.html>. n.d.
7. Orenchyn, O.V. (2013). Sotsialna vidpovidalnist biznesu yak instytutsiynyy chynnyk sotsialno-ekonomichnoho rozvytku ta spetsyfika yiyi stanovlennya v Ukrayini [Social responsibility of business as an institutional factor of socio-economic development and the specifics of its formation in Ukraine]. Retrieved from <http://www.nbu.gov.ua/portal/soc.4/33>. n.d.

8. Posibnyk iz korporatyvnoyi sotsialnoyi vidpovidalnosti. Bazova informatsiya z korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidalnosti [Handbook on corporate social responsibility. Basic information on corporate social responsibility]. (2008). Kyiv: Enerhiya. [in Ukrainian].
9. Prodanchuk, M. A. (2013). Nefinansova zvitnist – efektyvnyy instrument v realizatsiyi upravlins'kykh rishen [Non-financial reporting is an effective tool in the implementation of management decisions]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriyskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu* [Collection of scientific works of the Tavri State University of Agrotechnology], 2 (2), 202214. [in Ukrainian].
10. Pushkar, M. S. (2007). Stvorennya intelektualnoyi systemy obliku [Creation of an intelligent accounting system]. Ternopil': Kart-blank. [in Ukrainian].