

Волошина С. В.

Криворожский экономический институт
Криворожского национального университета

ПАРАДИГМА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА КАК ОТРАЖЕНИЕ УСЛОВИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Резюме

Исследована историческая динамика развития теории человеческого капитала. Определено влияние условий трансформации общественного производства на ее содержание. Идентифицированы современные научные пробелы.

Ключевые слова: человек, потребности, способности к труду, доходы, человеческий капитал.

Voloshyna S. V.

Kryvyi Rih Economic Institute
Kryvyi Rih national university

HUMAN CAPITAL PARADIGM AS A REFLECTION OF PUBLIC PRODUCTION ENVIRONMENT

Summary

Historical dynamics of the human capital theory was investigated in the article. The influence of public production's transformation conditions on its content was defined. The current scientific gaps were identified.

Key words: person, needs, capacity for work, revenues, human capital.

УДК 338.22.01:330.87(043.3)

Дацкевич Н. О.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА: ЗАСАДИ ТА ПРИНЦИПИ

Стаття присвячена засадам та принципам складання соціальної та етичної звітності підприємництва. Виокремлено різноманітність форм у галузі соціального та етичного звітування підприємств. Розглянуто напрямки формування соціального звітування підприємництва як інструменту підвищення конкурентоспроможності національної економічної системи.

Ключові слова: соціальна відповідальність підприємництва, соціальна звітність, стандарти соціального та етичного звітування.

Постановка проблеми. Принциповою відмінністю розвинених держав від держав, що розвиваються, є достатній рівень свідомої відповідальної поведінки кожного окремо взятого індивіда у відношенні до суспільства. Від цього залежать принципи ведення та прозорість підприємницької діяльності, рівень корумпованості економіки, рівень людського капіталу, соціальних інвестицій і темпи розвитку національної економіки в цілому. Однією з характеристик підвищення усвідомлення рівня соціальної відповідальності підприємництва в суспільстві, яке прагне до гармонійного та сталого розвитку, є складання соціальної та етичної звітності відповідно до міжнародних прийнятих норм. Варто проаналізувати систему принципів та основні форми складання соціальної звітності підприємницької діяльності. Крім того, необхідно дослідити місце українських компаній в системі міжнародної соціальної звітності та запропонувати шляхи поширення соціальної та екологічної звітності бізнесу як інструменту підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємництва.

Питання формування соціальної та етичної звітності підприємництва знайшло своє відображення в працях таких науковців, як М. Окконор, Й. Спанженберг, Т. Манічіні, А. Вархерст. Серед вітчизняних науковців слід виокремити праці В. Шаповал, О. Березіна, О. Олійник, А. Музиченко, А. Бержанір, Ю. Саєнко, В. Євтушенко.

Разом з тим потребують подальшого дослідження проблеми, пов'язані з розкриттям принципів та засад складання соціальної та етичної звітності компаній відповідно до міжнародних норм та стандартів, а також шляхів підвищення стандартів звітування національного підприємництва.

Метою статті є аналіз принципів та складових соціальної та етичної звітності підприємництва з їх подальшою адаптацією до національних умов.

Виклад основного матеріалу. Дослідження даної проблематики слід розпочати з визначення суті терміну «звітність» з точки зору підприємництва. Звітність – процедура, яка призначена для обліку того чи іншого процесу з метою пояснення або виправдання дій, упущень, ризиків та залежностей, за які несе відповідальність керівництво підприємства перед всіма зацікавленими сторонами (працівники, місцева громада, акціонери, інвестори, держава) відповідно до встановленого законодавства. Слід зазначити, що умовно зацікавлені сторони можна поділити на:

- **Внутрішні** (працівники, керівництво компанії, акціонери) – ті, які мають прямі економічні інтереси в компанії;
- **Зовнішні** (постачальники, споживачі, страхові компанії, банки) – ті, які мають комерційну важливість для компанії;
- **Більш широкі зовнішні** (політичні партії, неурядові організації, різноманітні асоціації, ком-

панії-партнери, місцева влада) – ті, які зацікавлені в ефективності підприємницької діяльності, і тому мають непрямий вплив на комерційний успіх компанії.

На рис. 1 зображено різноманітність зацікавлених сторін у галузі соціального та етичного звітування підприємств.

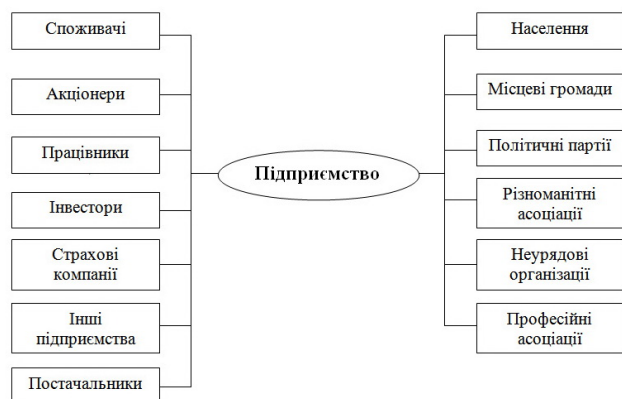


Рис. 1. Різноманітність зацікавлених сторін у галузі соціального та етичного звітування підприємства

Для системного дослідження соціального та етичного звітування необхідно визначити форми, у яких компаніям варто оприлюднювати корпоративні соціальні звіти. В залежності від цілей компанії, її місії та стратегії розвитку різною буде і форма соціально відповідального звітування. Найбільш поширеною формою у розвинутих країнах є звіт з корпоративної соціальної відповідальності. Для України на початковому етапі формування концепції соціальної відповідальності підприємства за умов перехідного та вкрай складного періоду становлення громадянського суспільства найбільш поширеними є соціальні звіти. На рис. 2 зображено різноманітність форм, які рекомендовано можуть застосовуватися при висвітленні соціально важливої інформації будь-якого підприємства з метою донесення її до власних працівників, акціонерів, суспільства, держави та міжнародних організацій.

Варто зазначити, що стандарт AA 1000 (AccountAbility) було засновано інститутом соціальної та етичної звітності у Великобританії. Відповідно до стандарту AA 1000, виокремлюються п'ять етапів формування соціальної звітності [4]:

1) Планування (визначення зацікавлених сторін, місії компанії, цінностей та стратегії розвитку);

2) Формування звітності (включає в себе оприлюднення цілей компанії, принципів ведення діяльності, визначення зацікавлених сторін, збір та аналіз соціально важливих показників);

3) Аудит зовнішньою організацією діяльності підприємства та оприлюднення даної інформації;

4) Вбудовування місії, цілей та цінностей компанії у чіткий план дій щодо реалізації задекларованої стратегії її розвитку та, як наслідок, формування підприємства у якості соціально відповідального суб'єкта економічних, соціальних та культурних відносин у суспільстві

5) Залучення зацікавлених сторін до формування концептуальних засад відповідальної діяльності компанії.

Для більш глибокого розуміння формування соціального звітування на основі стандарту AA1000 необхідно визначити ієрархію принципів його складання. До базових та пріоритетних принципів відносяться *прозорість складання та оприлюднення звітування, відповідальність як за дії, так і за бездіяльність, та обов'язок дотримання узгоджених стандартів*. Принцип причетності означає, що протягом достатньо довгого періоду часу відбувається відображення на всіх етапах соціально-етичне звітування (бухгалтерського обліку, аудиту і звітності) ряд сподівань і потреб усіх груп зацікавлених сторін – тих, які впливають на діяльність підприємства (організації), і, навпаки, тих, на які впливає діяльність підприємства. Принцип причетності також вимагає розгляд «мовчазних» зацікавлених сторін та відповідно їх «мовчазних» потреб, як то майбутні покоління та навколишнє середовище. Даний принцип набирає оперативного значення відносно й решти принципів AA1000. Умовно їх можна поділити на три групи, що пов'язані з:

- обсягом і характером виробничого процесу;
- осмисленістю інформації;
- управлінням процесу на постійній основі.

До групи принципів, яка пов'язана із обсягом і характером виробничого процесу відносяться: *повнота* (неупереджене включення до облікових процесів всіх сфер діяльності, пов'язаних із соціальною та етичною діяльністю підприємства), *суттєвість* (необхідність включення важливої інформації, яка може вплинути на зацікавлені сторони та їхню оцінку соціальної та етичної діяльності підприємства), *регулярність та своєчасність* (систематичне та своєчасне проведення соціально-етичного бухгалтерського обліку, аудиту та звітності для прийняття рішень щодо діяльності підприємства та взаємодії із зацікавленими сторонами).

До групи принципів, яка пов'язана із осмисленістю інформації відносяться: *забезпечення якості* (аудит діяльності підприємства незалежною і компетентною третьою стороною), *доступність* (можливість ефективного двостороннього спілкування із зацікавленими сторонами за допомогою соціально-етичного та аудиторського звітування), *якість інформації*. Варто зазначити, що принцип якості інформації включає наступні характерні критерії:

- Порівнянність – можливість порівнювати інформацію про діяльність підприємства з попередніми періодами, цільовими по-

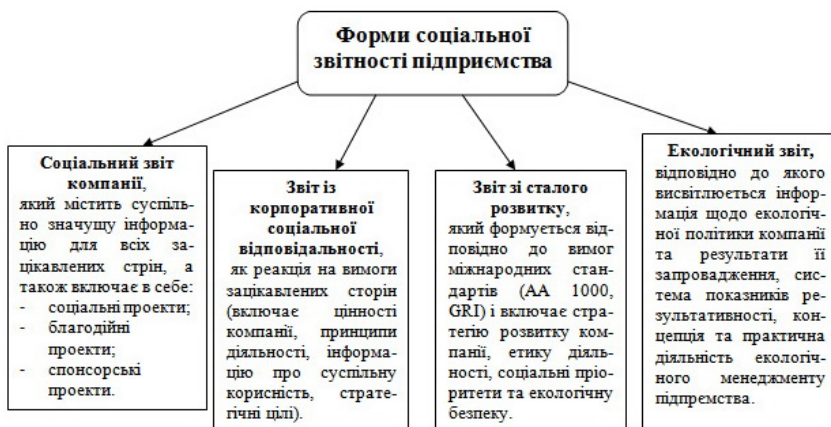


Рис. 2. Форми звітності соціально відповідальної діяльності підприємства [3, с. 186]

казниками або зовнішніми орієнтирами (міжнародні стандарти, норми тощо). Якщо для вимірювання продуктивності підприємством та його зацікавленими сторонами обрані індикатори є унікальними для даного підприємства, то порівнянність результату з іншими компаніями є неможливим.

• Надійність – характеристика, відповідно до якої інформація має бути представлена у відповідності з реальними даними. Крім того, інформація повинна бути представлена нейтрально, а підприємству слід бути обачливим щодо включення інформації та опису стану компанії до публічних звітів. Надійність інформації забезпечується виконанням наступних умов: релевантність (корисність), актуальність, зрозумілість

До групи принципів, яка пов'язана із управлінням процесу на постійній основі відносяться: *системна інтеграція* (системна розробка політики інтеграції соціальних та етичних складових бухгалтерського обліку, аудиту та звітності як невід'ємної складової діяльності підприємства), *постійне вдосконалення* (підвищення продуктивності соціального звітування за допомогою зовнішнього аудиту). Схематично принципи соціального та етичного звітування відповідно до стандарту AA 1000 зображено на рис. 3.

Стандарт AA1000 визначає процедури, яких організація має дотримуватися для обліку, аудиту і звітності у своїй діяльності. В його основу закладені принципи міжнародних конвенцій МОП. Вони стосуються примусової й дитячої праці, рівної оплати чоловічої й жіночої праці, техніки безпеки, охорони здоров'я тощо. Розповсюджений також Стандарт взаємодії із зацікавленими сторонами AA1000SES (Stakeholders Engagement Standard). Схематично мету та предмет стандарту AA1000SES зображено на рис. 4.



Рис. 4. Мета та предмет стандарту AA1000SES

Отже, стандарт AA 1000 забезпечує системність соціального звітування, враховуючи при цьому інтереси зацікавлених сторін та забезпечуючи дотримання встановлених норм. Такий підхід є ефективним при сприянні повноцінного забезпечення та дотримання концепції сталого розвитку.

Глобальна ініціатива зі звітності GRI (Global Reporting Initiative) є провідною організацією у сфері сталого розвитку. На даний час діє вже третє покоління керівництва – GRI-G3. Керівництво зі складання звітності GRI репрезентує діяльність

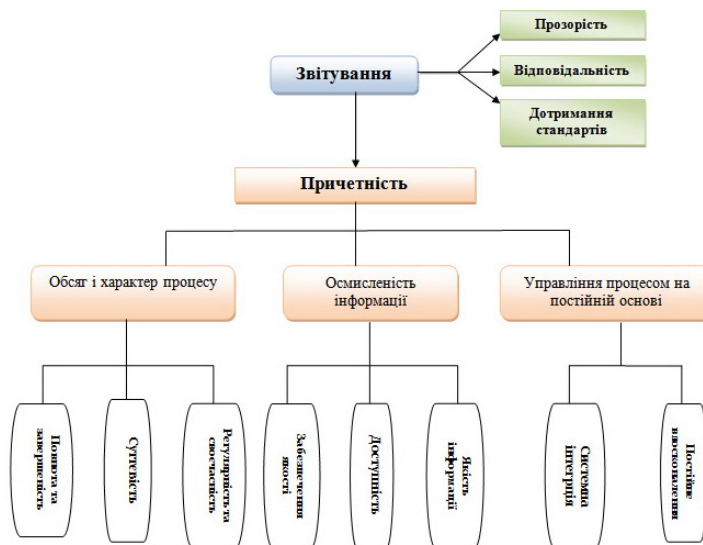


Рис. 3. Ієрархія принципів AA1000 [4]

підприємства як такого, що сприяє сталому розвитку в широкому сенсі та має вплив на зацікавлені сторони, включаючи їх права, які визначені національним законодавством та відповідними міжнародними стандартами.

Для того щоб підприємство розпочало процес звітування за стандартом GRI, необхідним, в першу чергу, є прийняття керівництвом компанії рішення про значущість сталого розвитку для організації та стратегії для досягнення поставленої мети. Для цього оприлюднюється заява, яка відображає спільне бачення та стратегію діяльності підприємства на короткостроковий, середньостроковий (3-5 років) та довгостроковий (більше 5 років) період щодо ключових проблем, пов'язаних з економічною, екологічною та соціальною результативністю. Така заява також має включати [7]:

- Пріоритети та ключові напрямки розвитку підприємства, включаючи їх зв'язок з міжнародними стандартами, що є запорукою успішної діяльності як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому;
- Врахування більш широких тенденцій макроекономічного та політичного характеру, які прямим чином впливатимуть на підприємство та пріоритети сталого розвитку;
- Ключові події, здійснені підприємством, досягнення, невдачі у звітному періоді;
- Детальний аналіз та опис результативності дій менеджменту підприємства відповідно задекларованим цілям;
- Окреслення та характеристика низки основних проблем та завдань на наступний звітний період.

Відповідно до керівництва зі складання звітності GRI соціальне звітування складається з двох частин: екологічне та соціальне. Екологічне звітування стосується діяльності компанії та її відношення до навколишнього середовища, а соціальне звітування стосується етичного поведіння зі співробітниками та місцевим населенням. В умовах світових глобалізаційних процесів використання компанією стандарту звітності GRI є одним із найбільш ефективних та популярних способів для підприємства (організації) стати більш конкурентоспроможною у довгостроковій перспективі.

Згідно з інформацією Центру розвитку КСВ, 8,3% українських компаній публікують окремі не-

фінансові звіти. За період 2005-2010 рр. в Україні 38 компаній опублікували 55 нефінансових звітів у різних форматах, у тому числі: 47 звітів – про прогрес, 7 звітів – за системою GRI, 6 нефінансових звітів – іншого формату. В Україні в середньому лише 10% компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу готують та публікують нефінансові звіти. В той час як у розвинутих країнах із 250 найбільших компаній такі звіти готують 80% компаній. Сукупна частка компаній, що здійснюють соціальне звітування в Україні, складає 11,44% ВВП (108,774 млрд. грн.) за сукупним доходом [2, с. 155].

В Україні, згідно з даними дослідження UNITER¹ (united national initiatives to enhance reforms), лідерами у складанні соціальних та екологічних звітів є підприємства будівельної галузі та сфери послуг та зв'язку державної форми власності [6]. За результатами дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6%) або як частину загального звіту компанії (11,8%) [1, с. 55]. Крім того, аналіз трендів показує, що в більшості своїй українські компанії будуть закриті для публіки, а детальна інформація про діяльність компанії є відкритою тільки для внутрішнього користування. Найбільше число компаній, які не прагнуть до розкриття інформації про свою діяльність, є приватні компанії та акціонерні товариства, що виробляють споживчі товари, а також комунальні підприємства. З точки зору регіональної класифікації, найбільше число «закритих» для громадськості компаній знаходяться у Київській та Харківській областях. Найпопулярніші способи розкриття інформації для громадськості українськими компаніями включають веб-сторінки, в друкованих виданнях компанії, прес-релізи, професійні видання та засоби масової інформації. Найменш популярні методи включають участь у телевізійних програмах, прес-конференціях і зустрічі з громадськістю.

Важливість формування соціального та екологічного звітування підприємства як інструменту підвищення конкурентоспроможності національної економічної системи, слід розглядати у трьох напрямках:

1) **Внутрішньоринковий** – звітування як стійка форма організації основної діяльності підприємства (дотримання міжнародних стандартів якості продукції, соціального забезпечення працівників, дбайливе ставлення до навколишнього середовища тощо);

2) **Позаринковий** – відображення у соціальних та екологічних звітах активної суспільної позиції компанії, систематичного проведення благодійних заходів, позиціонування себе як відповідального корпоративного громадянина, відкритості та небайдужості по відношенню до соціальних проблем регіону;

3) **Поліпшення ринкових умов** – систематичне відображення у процесі звітування дій, пов'язаних з покращенням кон'юнктури ринку та загальних умов функціонування підприємств на ньому.

Враховуючи складність та суперечність кризових явищ сьогодення, компанії мають змогу виступати у ролі стабілізаційного фактору, знижу-

ючи негативні економічні, соціальні та екологічні наслідки криз, з якими зіштовхується суспільство. При цьому відбувається підвищення рівня конкурентоспроможності національної економічної системи. Але для цього підприємствам необхідно одночасно бути конструктивно задіяними у всіх трьох напрямках.

Для реалізації потенційних вигод від концепції соціального та екологічного звітування в Україні та країнах, що розвиваються, очевидним є необхідність розробки системи знань та практичного досвіду реалізації відповідних принципів та засад в галузі корпоративного соціального звітування. Але варто наголосити, що має відбутися докорінна зміна в корпоративному мисленні щодо розгляду соціального та екологічного звітування з точки зору підвищення рівня прозорості ведення діяльності, а не лише як інструменту демонстративного покращання репутації. Стримуючим фактором розвитку такого роду звітування в даному випадку є низька продуктивність вітчизняних компаній та небажання розкривати негативні наслідки діяльності, що могло б значно знизити репутацію та прибутки.

Вкрай важливим на сьогодні є питання екологічної справедливості в Україні та інших країнах, що розвиваються, оскільки вирішення даної проблеми на практиці виявляється несумісним з бажанням бізнес-структур максимізації власних прибутків. При цьому екологічна безпека, інтереси місцевого населення та працівників майже не враховуються.

З метою підвищення прозорості компаній необхідною є розробка державної програми мотиваційного механізму складання нефінансового звітування відповідно до міжнародних стандартів. Одночасно для перевірки правдивості складання нефінансових звітів доцільним є створення Національної Служби з аудиту корпоративної соціальної відповідальності та нефінансового звітування, оскільки ефективна система соціального та екологічного звітування підприємства, яка носить загальнонаціональний характер, виступає інструментом вирішення соціальних та екологічних питань в майбутніх періодах. Відтак отримуємо очевидний позитивний ефект: корпоративне соціальне звітування дає змогу перетворити соціальні проблеми у стратегічні можливості підприємства за допомогою інноваційних рішень в процесі переговорів з громадськими та політичними організаціями.

Висновки. Нефінансова звітність є способом інформування всіх зацікавлених сторін про відповідність компанії суспільним очікуванням і вимогам регулюючих органів. Крім того, за допомогою соціального та екологічного звітування компанія отримує стратегічну перевагу власного розвитку у довгостроковій перспективі. Стандарти AA1000 та GRI є найбільш поширеними світі стандартами звітування. На основі принципів складання цих стандартів формуються звіти всіх без виключення світових корпорацій, компаній та нефінансових організацій. Вони включають в себе алгоритм складання звіту та висвітлюють діяльність компанії з точки зору концепції сталого розвитку.

В Україні низький рівень поширеності соціального звітування частково пояснюється відсутністю спеціалізованих державних і громадських інститутів, які б формували масштабну та ефективну систему контролю підприємств з дотримання останніми міжнародних стандартів звітування. Крім того, відсутність знань, обізнаності у галузі корпоратив-

¹ UNITER – п'ятирічний проект, який фінансується USAID. Основною метою UNITER є зміцнення та сприяння провідних реформ організації українського громадянського суспільства для підтримки і зміцнення демократичних засад функціонування національної економічної системи.

ного соціального звітування та необхідного рівня підготовки кадрів негативно впливає на рівень розвитку соціального та етичного звітування.

В нашій країні нефінансова звітність є добровільною практикою бізнесу, а серед нефінансових звітів найбільшого поширення набули соціальні звіти. В той же час важливою складовою розвитку культури соціального звітування в національних

масштабах є усвідомлення важливої ролі держави як рушійної сили її формування. За відсутності чіткої державної стратегії формування та реалізації програми сприяння соціального та етичного звітування національного підприємництва унеможливується ефективна інтеграція вітчизняного бізнесу до світової економічної та фінансової системи.

Список літератури:

1. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники // Вісник НТУ «ХП». – 2013. – № 46(1019). – С. 53-63.
2. Олійник О.О. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в регулюванні ризиків у соціально-трудовах відносинах на вітчизняних підприємствах // «Вісник НУВГП. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 4(60). – С. 153-161.
3. Шаповал В.М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія. – Д. : Державний ВНЗ «Національний гірничий університет». – 2011. – 357 с.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.accountability.org/images/content/2/1/213/AA1000%20Framework%201999.pdf> – «Структура AccountAbility 1000 (AA1000): стандарти, керівні принципи і професійна кваліфікація».
5. The A to Z of CSR: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organizations / Eds. W. Wisser, D. Matten, M. Pohl, N. Tolhurst. – Chichester : John Wiley & sons Ltd. – 2007. – 320 p.
6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uniter.org.ua/data/block/research_eng_final_17_02.pdf – analytical report based on the results of the review «Corporate social responsibility 2005-2010: status and development perspective».
7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Quick-Reference-Sheet.pdf> – GRI Sustainability Reporting Guidelines.
8. O'Connor Martin, Spangenberg Joachim H. A methodology for CSR reporting: assuring a representative diversity of indicators across stakeholders, scales, sites and performance issues// Journal of Cleaner Production. – No. 16 – 2008. – P. 1399-1415.
9. Warhurst A. Sustainability Indicators and Sustainability Performance Management // Mining, Minerals and Sustainable Development. – March 2002. – No. 43 – 129 p.

Дацкевич Н. О.

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ОСНОВЫ И ПРИНЦИПЫ

Резюме

Статья посвящена основам и принципам составления социальной и этической отчетности предпринимательства. Выделено разнообразие форм в области социальной и этической отчетности предприятий. Рассмотрены направления формирования социальной отчетности предпринимательства как инструмента повышения конкурентоспособности национальной экономической системы.

Ключевые слова: социальная ответственность предпринимательства, социальная отчетность, стандарты социальной и этической отчетности.

Datskevych N. O.

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

SOCIAL REPORTING OF BUSINESS: FOUNDATIONS AND PRINCIPLES

Summary

The article deals with the foundations and principles of the corporate social and ethical reporting of business. Author determined a variety of forms in the field of social and ethical reporting companies. Considered directions of forming social reporting of entrepreneurship as a tool to increase competitiveness of the national economic system.

Key words: social responsibility of business, social accountability, standards of social and ethical reporting.