

кредиторської заборгованості та на синхронізацію за часом вхідних і вихідних грошових потоків підприємства, потребує одночасного аналізу обсягів та оборотності кредиторської заборгованості за товари та послуги, тобто складання балансу дебіторської та кредиторської заборгованості.

Іншою особливістю фінансування дебіторської заборгованості є необхідність формування резерву сумнівних боргів, який підвищує вартість утримання дебіторської заборгованості.

Висновок. Управління дебіторською заборгованістю стає ефективним, коли підприємство визначає і підтримує оптимальний обсяг дебіторської заборгованості по сумі та у днях кредитування по кожному виду товарів або послуг виходячи з власного досвіду і специфічних умов підприємства, враховуючи при цьому технологічні особливості кожного виду продукції. Така дебіторська заборгованість розраховується з тих міркувань, що її рівень не повинен позначатися на нормальному функціонуванні підприємства, тобто, що менший рівень неможливий, а більший – економічно недоцільний.

Література

1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М.Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24–36.
2. Бланк І.А. Основи фінансового менеджменту : Т. 2. / І.А. Бланк – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 624 с.
3. Бланк І.О. Управління фінансами підприємств : [підручник]. / І.О. Бланк, Г.В. Ситник – К. : КНТЕУ, 2006. – 780 с.
4. Бугай В. Управління дебіторською заборгованістю підприємства / Бугай В., Головка Н. // Держава і регіони. – 2007. – № 1. – С. 60–63.
5. Кірейцева Г.Г. Фінансовий менеджмент : [навч. посібник : курс лекцій]. / Г.Г. Кірейцева – Житомир : ЖІТІ, 2001. – 432 с.
6. Карбовник А.М. Деякі аспекти управління дебіторською заборгованістю та їх вплив на джерела формування оборотних активів / А.М. Карбовник // Фінанси України. – 2001. – № 9. – С. 92–98.
7. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2000; за ред. С.Ф. Голова. пер. з англ. – К. : Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2000. – 1272 с.
8. Савицкая Г.В. Экономический анализ : [учебник]. / Г.В. Савицкая – М.: Новое знание, 2003. – 640 с.
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 „Дебіторська заборгованість” від 08.10.1999 р. № 237: зб. систем. законод. // Бізнес. – 2000. – № 7 (318). – С. 21–24.
10. Узагальнююче податкове роз'яснення щодо застосування статті 12 Закону України „Про оподаткування прибутку підприємств” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : / Держ. податкова адмін. України. – <http://www.sta.gov.ua/news.php3>.

Надійшла 11.05.2010

УДК 378

М. П. БУКОВИНСЬКА

Національний університет харчових технологій

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ І СОЦІАЛЬНИЙ АУДИТ: ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ

В статті обґрунтовано необхідність розробки та реалізації соціальної звітності і проведення соціального аудиту, як методу управління соціальними процесами і використання скритих потенціалів соціальної системи.

In the article grounded necessity of development and realization of the social accounting leadthrough of social audit, as to the method of management social processes and of the use of the hidden potentials of frame of society.

Ключові слова: соціальна звітність, соціальний аудит, корпорації, впровадження, компанії, соціальна відповідальність, бізнес, стандарт.

Практика соціальної звітності бізнесу почала широко розповсюджуватися в середині 1990-х. Проте і раніше окремі корпорації і навіть цілі країни пробували з тим чи іншим успіхом впроваджувати не фінансову звітність. У 1960-і британський економіст Джордж Гойдер наполягав, на тому що соціальний аудит може стати «ефективним інструментом для менеджменту і одночасно дозволяє стейкхолдерам (особи, або групи осіб, які впливають на діяльність компанії) впливати на політику компанії». Саме у ці роки стало зростати суспільне незадоволення негативними наслідками виробництва в результаті того, що все частіше економічний ріст здійснювався за рахунок забруднення навколишнього середовища, всякого роду дискримінації, зниження безпеки виробництва, погіршення якості товарів.

В результаті цих обставин, уряд і суспільна думка переклали значну частину відповідальності за соціальну несправедливість і економічну нерівність на бізнес. Громадська думка і його лідери почали менше

довіряти корпораціям, внаслідок чого число покупців їх продукції скоротилося. Було вчинено суспільний тиск на бізнес з метою регулювання соціально значимих аспектів діяльності компаній. У відповідь на це бізнес став все частіше виступати ініціатором соціально відповідальної поведінки. Спочатку прогресивні компанії добровільно віддавали у фонди, які регулювали соціально значимі аспекти діяльності, до 5% оподаткованого прибутку. Однак до кінця 1970-х р. перша хвиля ентузіазму «соціально відповідальної поведінки» стихла і американський бізнес став відноситися до цих питань більш прагматично. В уряді появилось побоювання, що корпорації зовсім перестануть піклуватися про нужди свого суспільства.

Тому у 1977 р. Конгресом був прийнятий документ, по якому американським банкам запропонували робити інвестиції у території, на яких вони оперують. Рада по економічних пріоритетах розпочала публічно ранжувати компанії по їх діях у області соціальної політики і захисту навколишнього середовища. У кінці року кожний банк звітував про виконану роботу. Ці результати публікувалися самими популярними видавництвами. Але американці, побачивши знайомі банки не у перших рядах, вважали це ознакою фінансової нестабільності і кидалися переводити свої рахунки у більш заслужені фінансові інститути. На наступний рік банки із усіх сил старалися доказати своє бажання працювати на місцеве товариство.

По мірі впровадження соціальних технологій у практику корпоративного управління виникають нові, гнучкі форми непрямого законодавчого регулювання цих процесів, такі як стандарти соціальної звітності.

Проблемі соціальної звітності та соціального аудиту присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: Г. Потопальська, О. Балакірєва, О. Іщенко, О. Касперович, О. Шулус, Ю. Попов, Ю. Одегов, К. Абдурахманов, О. Мітрофанов, Р. Ватъс, П. Шлендер, С. Сірій, А. Андрющенко, С. Волков.

У світі відчутно посилюються вимоги до розкриття не фінансової інформації та проведення соціального аудиту.

Соціальний аудит – специфічна форма «аналізу, ревізії умов соціального середовища організації з метою виявлення чинників соціальних ризиків і вироблення пропозицій по зниженню їх впливу [1]».

Практика соціальної звітності бізнесу почала широко розповсюджуватися у середині 1990-х. У Франції і Данії вони уже існують у вигляді законів.

Споживачів хвилює не тільки ціна, якість і зручність, але також право працівників і та обстановка, у якій вони працюють. В той же час, це хвилює не тільки споживачів, але і інвесторів, і Уряд. У них виникає безліч питань, зокрема: чи була ця річ виготовлена на підприємстві, де існує «потопінна система»; чи були ці працівники, зібравши яблука, піддані шкідливій дії пестицидів; чи дотримується компанія, яка виготовила цей чобіт, відповідного кодексу поведінки? Від того як працедавці відносяться до персоналу, залежать і умови праці, і психологічна обстановка, і кінцеві результати. Досвід показує, що більшість споживачів і інвесторів по всьому світу при оцінці діяльності компанії звертають саму пильну увагу на соціальні аспекти і робоче середовище. Для того, щоб відповідати все зростаючим вимогам до соціальної і робочої сфери, організаціям необхідний системний підхід, при якому політика підприємства і норми трудової і суспільної етики не будуть протидіяти один одному.

Дотримання соціальних стандартів і соціальна відповідальність відіграють на міжнародному рівні величезну роль у формуванні ділової репутації компанії, створенні сприятливого іміджу в очах зацікавлених учасників. Якщо доля репутації у конкурентоспроможності росте то соціальний звіт стає способом захисту цієї репутації.

Соціальний звіт (GRI – стандарт) повинен відзеркалювати економічну, соціальну і екологічну політику корпорації і виконувати функцію інструмента управління діяльністю з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). У кожній із трьох сфер GRI пропонує набір кількісних показників. В його основі покладена концепція стійкого розвитку – компанія повинна знайти баланс між потребами сьогоденного покоління в економічному добробуті, сприятливого навколишнього середовища, соціальному добробуті і аналогічними потребами майбутніх поколінь.

Міжнародний стандарт звітності у області сталого розвитку GRI (Global Reporting Initiative) використовують у своїй практиці біля 440 компаній у різних країнах світу. Впровадження корпоративної соціальної звітності тісно пов'язано з проблемою глобалізації, ключовим граком якої є бізнес. Організація об'єднаних націй ініціювала створення «Глобального договору» [2]. В основі цього документу лежать добровільні принципи поведінки у сфері прав людини, охорони праці, збереження навколишнього середовища, а також протидія корупції, яким зобов'язуються наслідувати компанії і організації, підписавши договір.

У 1970-х роках з'являються перші не фінансові звіти у Європі і Великобританії. Формується ідея про важливість аналізу трьох складових діяльності організацій – соціальної, екологічної, економічної [3]. У 1972 – 1977 рр. уже багато американських корпорацій опублікували соціальні звіти. Через десять років добровільний стандарт фінансового вираження громадської активності Sozialbilans був введений у Німеччині, а у Англії і Франції соціальні звіти були введені законодавчо. Власне, соціальні звіти, як такі до кінця 1990-х були не дуже частим явищем. Не було і міжнародних стандартів по їх підготовці, дискусійним було питання про те, яку концепцію оцінки соціальних інвестицій потрібно вибрати. В результаті більшість експертів найбільш перспективним підходом признали комплексну оцінку екологічних і соціальних програм корпорацій у взаємозв'язку з їх основними стейкхолдерами.

Першим таким звітом традиційно признається випущений у 1991р. Shell Canada Business Respect #49. В цей період розробляється стандарт ISO 14000 (система екологічного менеджменту) як відповідь на події світового значення, які відбулися у цьому році в Ріо-де-Жанейро – екологічний саміт. У 2002р. опублікована друга версія «Керівництво по звітності в області стабільного розвитку» GRI. Стандарт GRI признаний ООН, як самостійна ініціатива в рамках «Глобального договору».

Сьогодні найбільше розповсюдження не фінансової звітності набула у Європі (лідер – Великобританія) і північній Америці, причому у Канаді цей процес проходить навіть активніше, ніж у США. В азіатському регіоні активно підключилися до процесу звітності компанії Японії і Південної Кореї. Уряд Великобританії стимулює корпоративну соціальну відповідальність компаній, розглядаючи КСВ як вклад у виконання державних задач, а також інструмент підвищення якості і темпів економічного зростання. Соціальний звіт компанії – це інвестиції у її репутацію, грамотний PR, або звіт про виконану роботу.

Сьогодні найбільшого розповсюдження не фінансової звітності набуло у Європі (лідер – Великобританія) і північній Америці, причому у Канаді цей процес проходить навіть активніше, ніж у США. В азіатському регіоні активно підключилися до процесу звітності компанії Японії і Південної Кореї.

В Росії компанії, які прямують до виходу на міжнародні ринки, починають наближатися до міжнародних стандартів [4]. Компанія ОАО «ГМК «Норильський никель» опублікувала соціальний звіт ще у 2004 році по даним діяльності за 2003 рік. Документ був підготовлений на основі рекомендацій Глобальної ініціативи по звітності у області стабільного розвитку. Соціальний звіт ОАО «Сибнефть» за 2002-2003 рік – перший звіт компанії з російським капіталом, підготовлений у відповідності з вимогами міжнародного стандарту верифікації звітів AA 1000 [5].

Для представників українського бізнесу стає «очевидним розуміння того, що стабільний розвиток корпорацій, який поєднує економічні, соціальні і екологічні фактори, веде до зниження підприємницьких ризиків, зміцнює конкурентоспроможність, підвищує ефективність персоналу і лояльність споживачів, покращує репутацію корпорації, створює позитивний вклад підприємницької спільноти у економічний і соціальний розвиток територій своєї присутності. Тим самим створюються сприятливі умови для реалізації довгострокових стратегій розвитку бізнесу на основі дотримання балансу інтересів зацікавлених сторін. У цьому суть соціально відповідального ведення бізнесу, як основи стабільного розвитку корпорацій.

В Україні міжнародний стандарт соціальної звітності GRI починає впроваджуватися під впливом виходу українських компаній на міжнародний ринок. Якщо положення Трудового законодавства носять обов'язковий, до виконання характер, то впровадження форм соціальної звітності, знаходиться в рекомендаційній площині. Основною проблемою являється прив'язка GRI до прийнятих в Україні законів і норм у області трудових відносин, екології та економічних показників.

Рішення готувати не фінансовий звіт за міжнародним стандартом було ухвалено у квітні 2007 р. конференцією Групи СКМ із корпоративною соціальною відповідальністю [6]. Одне із завдань міжнародного стандарту звітності про сталий розвиток – надати можливість учасникам ринку та зацікавленим особам порівняти компанію з подібними до неї, розглянувши показники її діяльності у контексті. Самій компанії також корисно порівняти себе з конкурентами і зрозуміти напрямки вдосконалення. За результатами звітності, СКМ змогла лише порівняти власні підприємства одне з одним, адже дані інших українських компаній недоступні. Підтверджено репутацію СКМ, як прозорої компанії, лідера у сфері КСВ. Через звіт компанія довела, що принципи соціальної відповідальності не просто задекларовані в офіційних документах, а впроваджуються щодня. За результатами 2008 року СКМ посіла перше місце у національному рейтингу відкритих та відповідальних компаній.

При наявності соціальної звітності, соціальний аудит виник у економічно розвинених країнах, як послуга високо кваліфікованих фахівців щодо підтвердження публічної звітності корпорацій. Соціальний аудит використовувався французькими підприємствами для оцінки ефективності корпоративної соціальної політики, виявлення проблем використання «людських ресурсів», покращення соціального клімату у колективі.

На сучасному етапі питання соціального аудиту набули у Франції абсолютно нове звучання. Вони стали нерозривно пов'язані з практикою соціальної відповідальності бізнесу, соціально відповідальних інвестицій у рамках концепції стабільного розвитку. В свою чергу, проблематика стабільного розвитку була викликана до життя глибокими трансформаціями, яких зазнав світовий капіталізм в останні півтора - два десятиріччя у результаті процесів глобалізації.

Уже на перших кроках практики добровільної корпоративної соціальної звітності зрозуміли, що ступінь об'єктивності соціальних звітів може бути різною, і, відповідно необхідно залучати третю незалежну особу, яка здібна підтвердити правдивість інформації, представленій на суд громадськості (перший досвід незалежного соціального аудиту корпоративної соціальної звітності у Франції датується 1993 роком). Ця задача була частково вирішена з допомогою залучення до перевірки незалежних оцінщиків у особі авторитетних неурядових організацій. Подібне партнерство не могло усунути головних «уразливих місць» соціальних звітів підприємств – наявність різних показників соціального виміру роботи компаній і підтвердження компетентності самих «оцінщиків». Поправити ситуацію і внести ясність у практику соціальної звітності було неможливо без втручання держави.

Сьогодні у Франції ведеться активна діяльність по формуванню конструктивного діалогу бізнесу, соціальних партнерів, експертів, представників громадськості та неурядових організацій. Такий підхід до вивчення проблеми уже дає результати. Так, по ініціативі і за рахунок підприємств створено два неурядових центри, ORSE і NOVETHIC, в задачі яких входить моніторинг питань, зв'язаних з соціальною відповідальністю бізнесу і соціальним аудитом. Держава у рамках Національної стратегії стабільного розвитку, опираючись на агенції по стандартизації, також прикладають немало зусиль для вироблення французьких норм і показників соціальної відповідальності бізнесу.

Слід відмітити, що представники російського бізнесу також почали усвідомлювати, що якість соціальної діяльності – у довгострокових інвестиціях і системності соціально відповідальних заходів, що їх добробут залежить від благополуччя населення, що соціальна відповідальність бізнесу, перед суспільством впливає на ділову стратегію більшості російських компаній.

При проведенні соціального аудиту необхідно виходити з того, що в ідеалі організація повинна забезпечувати:

- споживачам - високу якість товарів і послуг, повагу до їх людської гідності;
- працівникам – достойну оплату праці і умови роботи, охорону здоров'я і працездатності, турботу про проблеми і потреби, рівні права і можливості трудової діяльності незалежно від статі, віку, расової належності;
- власникам і інвесторам – ставлення довіри, гарантування оптимального прибутку на вкладений капітал, вільний доступ до інформації, обмежений тільки рамками закону і умовами конкуренції;
- постачальникам – справедливе і чесне відношення з ними, розвиток довгочасних і стабільних зв'язків, обмін інформацією і залучення до участі у процесі планування;
- місцевому населенню – дотримання загальнолюдських норм поведінки, підтримку миру і безпеки, дотримання прав людини, спонсорських акцій, участь у суспільному житті;
- конкурентам – взаємну увагу, розвиток відкритих ринків товарів і капіталів, відказ від використання сумнівних засобів досягнень конкурентних переваг, повагу прав власності у тому числі інтелектуальної;
- навколишнє середовище – виконання всіх санітарних норм, проведення заходів по охороні природи.

З урахуванням цих позицій і повинна оцінюватися діяльність організації.

Методологічною основою соціального аудиту є загальна теорія технологізації, як всезагального процесу, характерного для соціального розвитку. Виділяються тимчасові основи поділу соціального процесу на етапи, періоди, операції. Процес проведення соціального аудиту ділиться на етапи (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи проведення соціального аудиту

№ п/п	Назва етапів робіт.
1.	Підготовчий етап
2.	Збір інформації
3.	Обробка і аналіз інформації
4.	Складання звіту

1. Підготовчий етап включає:

- укладення договору між аудиторською фірмою і клієнтом;
- підбір персоналу аудиторської компанії (створення команди аудиторів);
- визначення рівня проведення аудиту (підрозділу, відділу, всієї компанії).

2. Збір інформації. Існує декілька методик оцінки соціальної відповідальності організацій. В практиці менеджменту відомі наступні кількісні показники виміру соціального ефекту діяльності корпорацій, запропоновані рядом американських учених на початку 80-х років ХХ-го століття:

- використання «соціальних індикаторів», які визначають індекси якості життя на основі вимірювання кількісних параметрів: умов життя, стан охорони здоров'я, транспорту тощо і інші оцінки впливу на якість життя соціальної діяльності корпорацій;

- складання «соціального звіту» у звичайній балансовій формі де ураховуються соціальні вигоди і витрати від діяльності відповідних компаній для працівників, клієнтів, постачальників, місцевих органів у цілому, наприклад, покращення навколишнього середовища і місцеві податки відносяться до місцевих вигід.

- метод управління соціальною програмою, спрямованою на розробку системи, включаючи оцінку витрат по соціальних програмах, ефективності їх виконання, які дозволяють «розумно» складати бюджет і збільшувати «соціальний дохід» на капіталовкладення [7].

3. Обробка і аналіз інформації. Обробка інформації може проводитися методом розрахунку соціального індексу. Для кожної із груп питань розраховуються бали. Організація таким чином визначає свій рейтинг, а також співвідношення між цілями і зусиллями організації у соціальній сфері («що організація хоче» і «що організація робить», з однієї сторони, і «що організація отримує», з іншої).

4. Складання звіту. Завершується оцінка соціальної діяльності підприємства складанням звіту, у якому аналізуються принципи соціальної направленості, визначається відповідальність кожної із груп

персоналу і пропонуються стимулюючі міри. У звіті можуть бути розглянуті шляхи вдосконалення управління персоналом, включаючи впровадження нових технологій, пропозиції, які стосуються модифікації існуючих процедур, вдосконалення документації, уточнення.

Висновки. Таким чином, підводячи підсумки, можна сказати, що по мірі впровадження соціальних технологій у практику корпоративного управління виникають нові гнучкі форми законодавчого регулювання цих процесів, такі як стандарти соціальної звітності і соціального аудиту. Слід відмітити про необхідність розробки і реалізації українських стандартів соціальної звітності і соціального аудиту, як дієвих інструментів соціального управління, що дозволяє виявити ступінь і ефективність соціальної відповідальності на всіх рівнях: державному, регіональному і корпоративному. З одного боку, державні органи могли б надати корпораціям методичну допомогу у плані розробки системи індикаторів. З другого боку, уніфікація на всеукраїнському рівні блоку показників ефективності реалізації корпоративних соціальних технологій, дозволяє побудувати взаємозв'язок процесів реалізації державної соціальної політики і практики управління корпораціями з метою поетапного удосконалення соціально-трудових відносин в Україні.

Література

1. Управление организацией: Энциклопедический словарь, - М., 2001.
2. www.unglobalcompact.org
3. Галиев Г.Т. Основы социального аудита: Учебное пособие – Уфа:РИО БИСТ,2007. – С.15-16.
4. <http://www.nornik.ru/investor/report/social/>
5. <http://www.gazprom-neft.ru/social/report-04-rus.pdf>
6. <http://www.ukrinform.ua/ukr/order/?id=773197>
7. Шамхалов Ф.И. Государство и экономика: основы взаимодействия. – М. ОАО НПО «Изд-во «Экономика», 2000 г. – С.-244.

Надійшла 15.05.2010

УДК 336.22(477)

О. Я. МЕЛЬНИК

Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі, м. Київ

ІНДИКАТОРИ РІВНЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНИХ ПОДАТКОВИХ СИСТЕМ

Визначені основні індикатори рівня розвитку національної податкової системи. Запропоновані підходи до групування індикаторів рівня розвитку національної податкової системи, розглянуті методики їх обрахунку.

The main indicators of national tax system development are defined, techniques of their grouping are suggested and methods of calculating are analyzed.

Ключові слова: податкова система, розвиток.

Постановка проблеми. Важливим завданням, що стоїть перед Україною на етапі зростання економіки, є забезпечення ефективного управління фінансово-господарською діяльністю вітчизняних підприємств, і на цій підставі підвищення прибутковості їхньої діяльності. Одним з основних аспектів вирішення цього завдання є створення системи оціночних показників рівня розвитку національної податкової системи, при впровадженні якої податки виконували б не тільки свою фіскальну функцію (формування доходів бюджету), а й сприяли підвищенню управління діловою активністю підприємств, стимулювали підприємництво, зростання обсягів виробництва продукції та надання послуг тощо.

Управління податковою політикою – складний процес, зумовлений взаємозв'язком національної і світової економіки. Тому при прогнозуванні та аналізі економічних процесів враховується сукупність факторів та їхній неоднозначний вплив на податкову політику залежно від конкретних умов. Ці показники є обов'язковими елементами у процесі аналітичного дослідження прогнозу змін податкової політики в цілому та податкової стратегії зокрема.

Метою статті є визначення системи оціночних показників рівня розвитку національної податкової системи, їх групування та аналіз підходів до їх обрахунку.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання визначення системи оціночних показників рівня розвитку національної податкової знаходиться у полі зору науковців, оскільки є методологічною основою підвищення ефективності функціонування національних податкових систем, особливо в розрізі проблеми їх гармонізації.

Зокрема, дослідженню індикаторів податкового навантаження присвячені праці Іванова Ю.Б., Тищенко А.Н. [2], Кізілової Л.О., Стецишина Л.О. [3], Кірової О.А. [4], Корнус В., Квасової А., Пономарьова О. [5, 6], Савченко В.Я. [8], Теслюк Б.А. [9] тощо.

Над індикаторами податкового менеджменту плідно працював Корнус В. [5].