

УДК 657.6

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-290-1-47

ШАПОВАЛ Г. М., КОСЯК А. П.

Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова

СОЦІАЛЬНИЙ ЗВІТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІАЛОГУ З СУСПІЛЬСТВОМ

В роботі визначено причини, що визначають необхідність складання соціальної звітності, проаналізовано міжнародний досвід складання соціальних звітів, визначено основні складові соціальної звітності з позиції задоволення інформаційних потреб стейкхолдерів та основні етапи її складання.

Ключові слова: соціальний звіт, міжнародні стандарти, стейкхолдери.

SHAPOVAL G., KOSIAK A.

O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

SOCIAL REPORT AS A TOOL OF DIALOGUE WITH SOCIETY

The purpose of this article is to determine the reasons that determine the need for social reporting, analysis of international experience in compiling social reports, identify the main components of social reporting from the standpoint of meeting the information needs of stakeholders and the main stages of its preparation.

The paper identifies the reasons that determine the need for social reporting, analyzes the international experience of social reporting, identifies the main components of social reporting from the standpoint of meeting the information needs of stakeholders and the main stages of its preparation.

As for the enterprises of Ukraine, taking into account the specifics of the business environment of their activities, the structure of their social report may include the following sections: 1) Information about the company. This section provides information about the mission and values of the company, the main results of work, information on risk management of the enterprise, information about stakeholders and ways to interact with them. 2) Economics. It provides information on the impact of the company on the economy of the region and the country as a whole, importance for society, characteristics and prospects for improving the quality of services, cooperation with universities to improve the knowledge of graduates and promote education and business. 3) Society. This section may include 2 components - external and internal. Internal is concern for staff, external is concern for society. 4) Environment. This section provides information on energy efficiency and eco-practices in the company's offices. In particular, information on energy and water consumption in the company's offices, the use of the principles of "green office" in the work of the enterprise, the use of electronic document management. 5) Anti-corruption activities. Given the great relevance of this topic for the economy of Ukraine, it is advisable to include this section in the report on social responsibility to inform the public about the activities of the company in the direction of anti-corruption policy.

Thus, in the process of preparing social reporting to establish an effective policy of interaction with stakeholders, openness and open dialogue on performance, priorities and future plans related to sustainable development are the only effective way to establish mutually beneficial partnerships and the ability to ensure their own competitive advantage.

Key words: social report, international standards, stakeholders.

Вступ. Одним з принципів соціально відповідального бізнесу є підзвітність. Кращим інструментом, який інформує заінтересованих сторін про вплив компанії на сталий розвиток суспільства та демонструє її прихильність принципам соціальної відповідальності, є соціальна звітність.

Практика звітування щодо соціальної відповідальності компаній набуває дедалі більшого поширення в країнах із розвинутою ринковою економікою. Збільшення кількості компаній, що регулярно публікують нефінансові звіти, спостерігається у світі, починаючи з 1993 р. Про позитивну динаміку у цьому напрямку свідчить той факт, що в 2019 р. понад 71% найбільших компаній у 41 країні світу оприлюднювали звіти соціального формату, тоді як у 1993 р. інформували громадськість про свою соціальну роль лише 12% компаній [3].

Деякі країни перетворили корпоративну соціальну відповідальність та звітність в ефективний інструмент державної політики. Відповідне законодавство існує в Данії, Швеції, Норвегії, Голландії, Франції, Великобританії, Канаді, де великі компанії зобов'язані щорічно оприлюднювати свої соціальні звіти. Понад 3000 великих європейських корпорацій щорічно оприлюднюють соціальні звіти про те, що вони зробили впродовж року на користь своїх зацікавлених сторін.

Однак зазначені тенденції поки що не знайшли належного відображення в Україні. Тому дана тема потребує більш детального вивчення для розробки рекомендацій щодо впровадження міжнародних стандартів у практику соціальної звітності в Україні.

Експериментальна частина

Аналіз останніх досліджень чи публікацій. Різні аспекти складання соціального звіту, як характеристика соціальної відповідальності бізнесу розглядаються в роботах [1–4] українських авторів. Соціальний звіт також розглядають як інструмент забезпечення сталого розвитку компаній [5–8] та необхідну складову обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством [9, 10]. В зазначених працях також розглядаються деякі аспекти міжнародного досвіду складання соціальної звітності. Разом з тим залишаються недостатньо опрацьованими такі питання, як: розробка єдиного підходу до складу та періодичності розкриття інформації у фінансовій звітності з урахуванням інформаційних потреб стейкхолдерів та з урахуванням реалій бізнес середовища функціонування підприємств в Україні.

Постановка завдання. Метою даної статті визначення причин, що визначають необхідність складання соціальної звітності, аналіз міжнародного досвіду складання соціальних звітів, визначення основних складових соціальної звітності з позиції задоволення інформаційних потреб стейкхолдерів та основних етапів її складання.

Основними задачами є:

- визначити причини, що визначають необхідність складання соціальної звітності;
- проаналізувати міжнародний досвід складання соціальних звітів;
- визначити основні складові соціальної звітності з позиції задоволення інформаційних потреб стейкхолдерів та основні етапи її складання.

Виклад основного матеріалу. Корпорацією KMPG було розроблено матрицю аналізу рівня розвитку систем корпоративної соціальної відповідальності, у якій країни розподіляються залежно від ступеня сформованості системи КСВ у більшості компаній та рівня їх комунікаційної активності. Україну за результатами даного аналізу було віднесено до категорії «Початківці» як країну, чії компанії характеризуються низьким ступенем сформованості систем КСВ та рівнем комунікаційної активності.

За результатами досліджень в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6 %) або як частину загального звіту компанії (11,8 %). За 2017 рік біля 10 компаній оприлюднили звіти з корпоративної соціальної відповідальності. За дослідженнями проекту UNITER лідерами в підготовці соціальних звітів в Україні є великі компанії та підприємства державної форми власності у сферах будівництва, зв'язку і послуг [3].

Поширення практики корпоративної соціальної відповідальності в глобалізованому світі, інтеграція універсальних принципів, що стосуються прав людини та її трудових позицій, а також стандартів охорони довкілля та механізмів протидії корупції у глобальну соціально-економічну систему, як показує досвід стійкого розвитку, сприятиме розширенню кола суб'єктів соціальної відповідальності та новим досягненням у соціальній сфері. Для реалізації таких потенційних можливостей потрібні прозорі глобальні схеми, що дадуть можливість оприлюднювати здобутки та ідентифікувати проблеми в царині соціальної відповідальності. Інструментами забезпечення такої прозорості та інформованості світової спільноти стають соціальна (нефінансова) звітність.

Корпоративний соціальний звіт — це публічний інструмент інформування стейкхолдерів про цілі, завдання та досягнуті організацією результати в царині соціальної відповідальності за трьома ключовими аспектами: економічної збалансованості, соціального добробуту та екологічної безпеки.

Соціальний звіт використовується керівниками організації та заінтересованими особами передусім з метою оцінювання результативності соціальної відповідальності організації та оприлюднення впливу організації на очікування у сфері збалансованого розвитку.

Оприлюднення соціальної звітності створює передумови: для розширення сегмента ринку організації; посилення довіри інвесторів; покращення іміджу та ділової репутації для споживачів та партнерів; залучення та утримання висококваліфікованого персоналу; налагодження зворотного зв'язку зі стейкхолдерами; підвищення рівня обґрунтованості стратегічних управлінських рішень на основі більш детального дослідження тенденцій діяльності організації, а отже, забезпечення випереджального розвитку.

Нині у фокусі соціальної відповідальності перебуває проблема розроблення глибокої методології та досконалих прикладних сценаріїв у підготовці й оприлюдненні соціальної звітності, що дозволяє задокументувати виконання соціальних завдань, яке опосередковано чи неповною мірою відображене в системі традиційних звітів. Це сприятиме налагодженню зв'язків із громадськістю та завоюванню довіри заінтересованих сторін завдяки відкритому, об'єктивному висвітленню їхнього внеску в розв'язання економічних, соціальних, екологічних питань.

По суті, соціальний звіт є інтегратором інформації про всі аспекти діяльності компанії в контексті збалансованого розвитку. Головне завдання соціального звіту — цілісне управління зовнішнім середовищем в інтересах гармонійного розвитку компанії. Звітність у сфері стійкого розвитку потенційно здатна доповнити фінансові звіти відомостями, які відбивають перспективи компанії та можуть поліпшити розуміння користувачами таких важливих факторів, як формування людського капіталу, корпоративне управління, управління екологічними ризиками, інноваційний потенціал компанії.

Звіти, в яких компанії представляють свої досягнення від впровадження принципів соціальної відповідальності, інформують заінтересованих сторін про проведення соціальних програм і проектів та про ефективне управління нематеріальними активами, можуть називатися по-різному: соціальний звіт, нефінансовий звіт, звіт про прогрес, корпоративний соціальний звіт, корпоративний звіт в галузі сталого розвитку. Головне те, що компанія має свою соціальну позицію та вимірює свою роль у сталому розвитку.

Соціальна або нефінансова звітність – це звіти компаній, що включають інформацію не тільки про результати фінансово-економічної діяльності (прибуток, дивіденди, інвестиції, компенсації співробітникам, репутація і т. д.), але і соціальні (охорона здоров'я та безпека, трудові відносини, етика бізнесу, взаємовідносини з корінними народами тощо) та екологічні (використовувана енергія, викиди вуглецю, використання землі й екосистем, техногенні аварії, відповідність/невідповідність екологічному законодавству і т. д.) показники. Вона є публічною і розглядається як інструмент інформування різних груп

впливу компанії (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, місцевої громади, широкої громадськості, уряду, міжнародної спільноти і суспільства) про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності.

На сьогоднішній день існує цілий ряд авторитетних методик, які визначають поняття «соціальна звітність» та принципи її складання. Всесвітня бізнес-рада зі сталого розвитку (WBCSD) називає соціальною звітністю добровільну презентацію інформації про соціальну, економічну та екологічну результативність компанії, яка стандартизує цю інформацію відповідно до однієї з систем показників результативності та надає її в публічному доступі всім заінтересованим сторонам.

Частіше за все в якості орієнтирів для складання соціальних звітів використовуються такі міжнародні стандарти [1]:

- Стандарт ISO 14000. В 1992 році Британський інститут стандартизації розробив стандарт в галузі систем екологічного менеджменту, який у 1996 році став основою для впровадження Міжнародною організацією із стандартизації (International Organization for Standardization) серії стандартів екологічного менеджменту. Ця серія стандартів допомагає компаніям ефективно вирішувати екологічні питання, проводити моніторинг та впроваджувати процедури виміру прямого чи непрямого впливу на оточуюче середовище;

- Стандарт SA 8000 був розроблений в 1997 році Агентством з акредитації Ради з економічних пріоритетів (Council on Economic Priorities Accreditation Agency). Цей стандарт встановлює нормативи поведінки роботодавця відносно своїх працівників;

- Стандарт AA 1000 (Account Ability) був розроблений в 1999 році Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical Account Ability). Дотримання цього стандарту передбачає взаємодію всіх заінтересованих сторін – інвесторів, кредиторів, співробітників, постачальників, споживачів, експертів, громадських організацій та державних структур з компанією, яка в свою чергу враховує їх думки при аналізі своєї діяльності. Згідно з вимогами цього стандарту основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація заінтересованих сторін, уточнення цінностей та завдань компанії), звітність (з'ясування актуальних питань, визначення індикаторів оцінки, збір та аналіз інформації), підготовка звіту та проведення аудиту зовнішньою організацією;

- Стандарт GRI (Global Reporting Initiative) – Некомерційна організація «Глобальна ініціатива зі звітності» в 2000 році підготувала першу версію «Рекомендацій зі звітності в галузі сталого розвитку» ("Sustainability Reporting Guidelines") на базі стандарту, який був розроблений Коаліцією за екологічно відповідальний бізнес (1997). Стандарт GRI весь час удосконалюється. Зараз діє третя його версія G3. В основу Рекомендацій покладена концепція сталого розвитку. Рекомендації містять набір критеріїв, на яких будується звітність з економічної, екологічної та соціальної результативності компанії.

Вибір компанії найбільш підходящого стандарту звітності залежить від її потреб. Рекомендації GRI сприяють підвищенню конкурентоспроможності компанії в галузі залучення інвестицій та участі в тендерах міжнародних організацій. Стандарт AA 1000 носить універсальний характер і підходить більше для компаній, діяльність яких суттєво впливає на суспільство. Стандарт SA 8000 орієнтований на дотримання трудового законодавства та більш підходить для компаній, які хочуть отримати державне замовлення. Всі ці системи стандартів рухаються до взаємної згоди та уніфікації.

Соціальна або нефінансова звітність – це звіти компаній, що включають інформацію не тільки про результати економічної діяльності, але соціальні та екологічні показники. Вона є публічною і розглядається як інструмент інформування різних стейкхолдерів компанії (акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів і суспільства) про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту та екологічної стабільності.

Іншими словами, це публічна звітність компаній, яка містить інформацію не тільки про результати економічної діяльності, а й про те, як компанія реалізує свої цілі щодо забезпечення соціального добробуту та екологічної стабільності.

Поняття соціальної звітності з'явилося недавно. Якщо річні фінансові звіти випускаються вже приблизно 150 років, то сама ідея випуску нефінансових звітів виникла років 20 тому: великі корпоративні скандали змусили компанії замислитися про те, як піднести громадськості свій бізнес в кращому світлі. Наприклад, компанія Nike випустила свій звіт, в якому приділила особливу увагу питанням охорони праці, після скандалу з використанням нею дитячої праці в підрозділах у Південно-Східній Азії. А ряд нафтових компаній були змушені відзвітувати перед населенням і владою після кількох екологічних аварій.

За статистикою, 2/3 компаній, що публікують такі звіти, роблять це з чисто економічних міркувань для акціонерів та інвесторів, інші вважають, що працюють на імідж. По суті справи, соціальна звітність піднімає питання нематеріальної складової вартості бізнесу. Таких її аспектів як репутація, лояльність споживачів, надійність, інтелектуальний капітал. Але в довгостроковій перспективі все це сприяє підвищенню акціонерної вартості компаній – за рахунок віддачі від усіх груп зацікавлених осіб.

Існує думка, що КСВ – це великий буклет, в якому компанія розповідає про те, яка вона чудова. Експерти з цим не згодні. Головне – звіт повинен відображати реальні факти і результати діяльності підприємства.

У звіті повинна бути присутня наступна інформація:

- для клієнтів (про продукцію і послуги);
- для співробітників (гарантія зайнятості та охорони здоров'я);
- для місцевої громади (фінансові показники, вплив на зовнішнє середовище, кількість створених робочих місць, інвестиції та інше);
- інформація для широкої громадськості (штрафи, стягнені з компанії, нагороди і т.п.)

Немає сенсу випускати соціальний звіт одноразово. Цінність представляє не разовий опис цілей і проблем, а послідовна публікація (раз на рік, або раз на два роки) досягнутих результатів і нових планів. Перед випуском звітності компанії треба чітко зрозуміти, навіщо і для кого вона це робить, і донести зібрану та оброблену інформацію до потрібного читача. Звіт повинен мати резонанс і повинен бути затребуваний як інструмент конструктивного розкриття інформації про стійкий розвиток компанії. Тільки тоді нефінансова звітність буде цікава всім стейкхолдерам і буде впливати як на імідж компанії, так і на її капіталізацію.

Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах (стандартах) з чотирьох загальноприйнятих [2]:

1. Звіт про КСВ-діяльність (соціальний звіт, звіт про соціальні та/або екологічні проекти компанії). Це найбільш легкий нефінансовий звіт, який готується компанією. Він створюється за власною структурою компанії, за показниками, які самостійно визначаються компанією, оскільки відсутні жодні вимоги. В основному такий звіт являє собою перелік соціальних проектів компанії і не проходить аудит.

2. Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (СОР – Communication on Progress). Звіт з прогресу (щодо виконання принципів Глобального Договору (ГД) ООН) – це одна з найпоширеніших та найпростіших щодо впровадження форм нефінансової звітності, що не проходить аудит. Глобальний Договір ґрунтується на десяти універсальних принципах, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. Звіт з прогресу щорічно обов'язково готують тільки ті компанії, що є членами Глобального Договору ООН.

3. Звіт зі сталого розвитку. Цей звіт є найбільш складним нефінансовим звітом, оскільки готується за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI), тобто за стандартизованою системою звітування щодо економічної, природоохоронної та соціальної діяльності, має чіткі індикатори, які компанія повинна вказати у своєму звіті за п'ятьма складовими: бачення та стратегія; профіль організації; управління; індекс GRI; показники діяльності. За кількістю присутніх індикаторів у звіті, компанія отримує рейтинг А, В, С. Якщо компанія проходить аудит, то вона отримує рейтинг А+, В+, С+.

4. Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability). Стандарт AA 1000 розроблений Інститутом соціальної та етичної звітності (Institute of Social and Ethical Account Ability). Цей звіт заснований на діалозі із стейкхолдерами, врахування їхньої думки під час аналізу діяльності компанії. Згідно з вимогами стандарту, основними етапами процесу соціальної звітності є планування (ідентифікація зацікавлених сторін, визначення цінностей і задач компанії), звітність (виявлення найбільш актуальних питань, збір та аналіз інформації), підготовка звіту і проведення аудиту зовнішньою організацією. Стандарт перевірки звітності AA1000 націлений на сприяння організаційній звітності задля сталого розвитку шляхом забезпечення якості нефінансового обліку, аудиту та звітності.

Організація процесу підготовки соціального звіту будь-якої організації є важливим аспектом втілення ключових ідей концепції корпоративної соціальної відповідальності у повсякденну господарську практику та головним інструментом якісного інформування соціуму про здобутки на цьому поприщі.

Одним з важливих способів забезпечення ефективності цього процесу є визначення пріоритетних інтересів головних стейкхолдерів організації як на етапі збору та опрацювання інформації, так і на етапі написання та оформлення звіту.

Такі дії є актуальними, оскільки сприяють формуванню генеральної стратегії соціально відповідальної діяльності в тому напрямі, який є затребуваним з боку провідних груп стейкхолдерів та який у майбутньому визначатиме перспективні горизонти вдосконалення конкурентоспроможності організації.

У процесі підготовки соціального звіту необхідно розвивати внутрішню комунікацію, урахувавши інтереси внутрішніх стейкхолдерів, таких як персонал та менеджмент, щодо оцінки їх ролі та значення в організації. Це впливатиме, у свою чергу, на формування ефективної корпоративної культури та продукуватиме високий рівень залучення співробітників організації до соціально орієнтованих ініціатив.

Процес підготовки соціального звіту доцільно здійснювати за такими етапами [4]:

Перший етап — організація робочої групи, яка розроблятиме соціальну звітність, основними функціями якої стане координація взаємозв'язку з заінтересованими сторонами (стейкхолдерами) та підготовка інформації про основні напрями соціально відповідальної діяльності.

Другий етап — планування технології збору та опрацювання інформації.

Члени робочої групи мають визначити форму її подання, зміст і структуру. На даному етапі необхідно визначити, чи буде звіт складений у довільній формі або за певним міжнародним стандартом, використання якого значно полегшить процес збору інформації, оскільки будуть визначені чіткі орієнтири та окреслені межі.

Третій етап — збір та перевірка необхідної інформації за визначеною системою показників, взаємодія зі стейкхолдерами з метою діагностики їхніх очікувань щодо інформації у соціальному звіті організації. На цьому етапі можливими формами взаємодії зі стейкхолдерами можуть бути консультації, круглі столи, результати соціологічних опитувань.

Четвертий етап — написання та оформлення звіту.

Загальна структура соціального звіту має складатися з чотирьох частин:

- 1) загальна інформація про суб'єкт господарювання, основні досягнення минулого року;
- 2) інформація керівництва організації про філософію, місію та генеральну стратегію соціально відповідальної діяльності організації;
- 3) основна частина соціального звіту;
- 4) завершальна частина звіту, яка містить зведені таблиці основних показників за рік і плани подальшої діяльності.

Важливим питанням у процесі підготовки соціального звіту організації є вибір стандарту звітності.

Підготовка соціального звіту передбачає його виклад у зрозумілій формі. Інформація має бути достатньою мірою правильною, об'єктивною, інформативною та збалансованою. Скорочення і технічні терміни мають бути роз'яснені.

Текстова частина звіту має раціонально поєднуватись із графіками, діаграмами, рисунками і фотографіями, що позитивно впливає на загальне сприйняття інформації. Звіт має демонструвати, в який спосіб основні засади збалансованого розвитку впливають на довгострокову стратегію організації, її ризики і можливості.

Звіт має містити інформацію в обсязі, необхідному заінтересованим сторонам, і водночас бути без надмірних подробиць.

Пріоритетні інтереси стейкхолдерів щодо інформації у соціальному звіті наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Інформаційні інтереси стейкхолдерів щодо соціальної звітності підприємства

Стейкхолдери	Інформаційні інтереси
Держава та органи місцевого самоврядування	Соціальні проекти, зайнятість населення, раціональне природокористування, фінансово-економічні результати
Місцеві громади	Напрями соціальних інвестицій, розширення можливостей зайнятості населення, унеможливлення екологічних загроз, оптимальне використання природних ресурсів, розвиток культури, науки та освіти
Громадські організації. Засоби масової інформації	Вплив на екологію, співпраця з громадськими організаціями та медіа, відкритість і прозорість компанії, внесок у процес формування збалансованого суспільного розвитку
Споживачі	Якість товарів та послуг, екологічні стандарти виробничого процесу, оптимальна вартість продукції
Персонал	Генеральна стратегія організації, охорона праці та техніка безпеки, умови праці, винагорода за працю, розвиток соціальних програм

Понад 3000 великих європейських корпорацій щороку оприлюднюють соціальні звіти про те, що вони зробили протягом року на користь своїх заінтересованих сторін.

Основні показники, найчастіше використовувані у звітах іноземних компаній, які характеризують внутрішній аспект соціальної відповідальності організації, такі:

- середньооблікова чисельність співробітників підприємства;
- кількість нещасних випадків зі смертельним наслідком (співробітники, підрядники);
- травматизм — частота всіх реєстрованих нещасних випадків (на 1 млн робочих годин);
- загальна частота професійних захворювань;
- відсутність через хворобу (кількість днів у % до загальної кількості робочих днів);
- гендерний склад (на нижчих, середніх і вищих керівних посадах);
- задоволеність працівників (%);
- рівень плинності кадрів;
- коефіцієнт обороту працівників;
- частка працівників членів профспілки;
- витрати на придбання товарів та послуг у місцевих організацій;
- кількість контрактів, анульованих через недодержання ділових принципів;
- кількість спільних підприємств, з якими було припинено співпрацю;
- інвестиції у місцеві громади;
- витрати на працівників, у тому числі виплати соціального характеру, інвестиції в соціальні програми.

Основні екологічні показники, які найбільш часто використовуються у звітах іноземних компаній, такі:

- обсяги викидів парникових газів;
- обсяг спалюваного газу (двоокис сірки, оксиди азоту, леткі органічні речовини);
- розливи нафти;
- споживання прісної води, повторне використання води;
- відходи (небезпечні, безпечні, повторно використовувані відходи);
- кількість енергії, зекономленої в результаті заходів;
- енергоефективність (показники Energy Intensity Index, Chemicals Energy Index);
- витрати на заходи з охорони навколишнього середовища;
- штрафи за порушення екологічних норм і вимог.

Висновки. Що стосується підприємств України, то враховуючи специфіку бізнес-середовища їх діяльності структура їх соціального звіту може включати наступні розділи:

Інформація про компанію. Даний розділ надає інформацію про місію та цінності компанії, основні результати роботи, інформація щодо управління ризиками діяльності підприємства, інформація про стейкхолдерів та способи взаємодії з ними.

Економіка. Надається інформація про вплив діяльності компанії на економіку регіону та країни в цілому, значення для суспільства, характеристика та перспективи підвищення якості надання послуг, взаємодія з ВНЗ з метою сприяння підвищення якості знань випускників та сприяння зближенню освіти і бізнесу.

Суспільство. Даний розділ може включати 2 складові – зовнішню і внутрішню. Внутрішня – турбота про персонал, зовнішня – турбота про суспільство. Щодо персоналу, то даний розділ може включати наступну інформацію: чисельність та вікова структура співробітників, форма їх працевлаштування, плинність кадрів, гендерний баланс у розподілі керівних посад, безпечність умов праці та соціальні гарантії, можливості розвитку персоналу, внутрішні комунікації та турбота про здоров'я персоналу. Щодо зовнішньої складової, то вона може включати інформацію щодо організації та проведення добровільних заходів за участю співробітниками підприємства на волонтерських засадах.

Довкілля. Цей розділ розкриває інформацію про енергоефективність та еко-практики в офісах компанії. Зокрема, інформація щодо споживання енергії та води у офісах компанії, використання принципів «зеленого офісу» у роботі підприємства, використання електронного документообігу.

Антикорупційна діяльність. Зважаючи на велику актуальність даної теми для економіки України, доцільно включити даний розділ до звіту про соціальну відповідальність для інформування громадськості про діяльність підприємства в напрямку проведення антикорупційної політики.

Отже, у процесі підготовки соціальної звітності для налагодження ефективної політики взаємодії зі стейкхолдерами відкритість та відвертий діалог з питань результативності, пріоритетів і планів на майбутнє, пов'язаних зі збалансованим розвитком, є єдиним ефективним способом налагодження партнерських взаємовигідних відносин та можливість забезпечення власних конкурентних переваг.

Література

1. Соціальний звіт. URL: <https://studfiles.net/preview/5424069/>
2. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об'єкти, показники / В. А. Євтушенко // Вісник НТУ «ХПІ». – 2013. – № 46. – С. 53–63.
3. Смолій Л. Моніторинг соціальної відповідальності українських компаній: цілі, інструментарій, результати. URL: http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/653/1/Monitoring_socialnoyi_vidpovidalnosti_ukrayinskykh_kompanij_cili_instrumentarij_rezultaty.pdf
4. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А. М. Колот, О. А. Грیشнова, О. О. Герасименко та ін.] ; за заг. ред. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2015. – 519 с.
5. Антонов Д.П. Отчётность в области устойчивого развития – шаг к идеальному корпоративному отчёту / Д.П. Антонов // Корпоративная финансовая отчётность. Международные стандарты. – 2012. – № 2. – С. 76–81.
6. Давидюк Т.В. Социальная отчётность в Украине как инструмент управления человеческим капиталом / Т.В. Давидюк // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – Випуск 3(21). – С. 96–101.
7. Замула І.В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності у забезпеченні стійкого розвитку економіки : монографія / І.В. Замула. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – 440 с.
8. Жиглей І.В. Бухгалтерський облік соціально відповідальної діяльності суб'єктів господарювання: необхідність та орієнтири розвитку : монографія / І.В. Жиглей. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – 496 с.
9. Король С. Нефінансова звітність підприємства / С. Король // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 6. – С. 102–113.
10. Лоханова Н.О. Інтегрована звітність як продукт цілісної обліково-аналітичної системи / Н.О. Лоханова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Випуск 4(47). – С. 50–56.

References

1. Sotsialnyi zvit. URL: <https://studfiles.net/preview/5424069/>
2. Yevtushenko V. A. Otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: metody, obiekty, pokaznyky / V. A. Yevtushenko // Visnyk NTU «KhPI». – 2013. – № 46. – S. 53–63.
3. Smolii L. Monitoryng sotsialnoi vidpovidalnosti ukrainskykh kompanii: tsili, instrumentarii, rezultaty. URL: http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/653/1/Monitoryng_socialnoi_vidpovidalnosti_ukrayinskykh_kompanij_cili%2C_instrumentarij%2C_rezultaty.pdf
4. Sotsialna vidpovidalnist : navch. posib. / [A. M. Kolot, O. A. Hrishnova, O. O. Herasymenko ta in.] ; za zah. red. A. M. Kolota. – K. : KNEU, 2015. – 519 s.
5. Antonov D.P. Otchyotnost v oblasti ustojchivogo razvitiya – shag k idealnomu korporativnomu otchyotu / D.P. Antonov // Korporativnaya finansovaya otchyotnost. Mezhdunarodnye standarty. – 2012. – № 2. – S. 76–81.
6. Davidiuk T.V. Socialnaya otchyotnost v Ukraine kak instrument upravleniya chelovecheskim kapitalom / T.V. Davidiuk // Mizhnarodnij zbirnik naukovih prac. – 2011. – Vipusk 3(21). – S. 96–101.
7. Zamula I.V. Bukhhalterskyi oblik ekolohichnoi diialnosti u zabezpechenni stiikoho rozvytku ekonomiky : monohrafiia / I.V. Zamula. – Zhytomyr : ZhDTU, 2010. – 440 s.
8. Zhyhlei I.V. Bukhhalterskyi oblik sotsialno vidpovidalnoi diialnosti subiektiv hospodariuvannia: neobkhidnist ta oriientyry rozvytku : monohrafiia / I.V. Zhyhlei. – Zhytomyr : ZhDTU, 2010. – 496 s.
9. Korol S. Nefinansova zvitnist pidpriemstva / S. Korol // Visnyk KNTEU. – 2011. – № 6. – S. 102–113.
10. Lokhanova N.O. Intehrovana zvitnist yak produkt tsilisnoi oblikovo-analitychnoi systemy / N.O. Lokhanova // Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen. – 2012. – Vypusk 4(47). – S. 50–56.

Надійшла / Paper received: 01.02.2021

Надрукована / Paper Printed : 05.03.2021