

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ЗВІТНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Автор – Ротко А.О., студ. факультету міжнародної економіки
Науковий керівник – к. н. д. у, доц. каф. міжнародної економіки
Кахович О. О.,

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

В даний час все більше число компаній по усьому світу поряд з річними звітами публікують нефінансові звіти, в яких міститься інформація про екологічні і соціальні аспекти їх діяльності. Тому виникає необхідність в дослідженні основних міжнародних стандартів звітності у сфері соціальної відповідальності, з метою запозичення позитивного досвіду для українських компаній [1, с. 88].

Як керівники підприємств, так й інші зацікавлені особи (контрагенти, менеджери підприємства, персонал, урядові та неурядові організації, державні діячі тощо), не маючи чіткого уявлення про соціальну відповідальність, по-різному інтерпретують як складові СВБ, так і саму сутність такої діяльності. В Україні також по-різному тлумачать поняття «соціальна відповідальність бізнесу». Частина дослідників дотримується вузького тлумачення, згідно з яким соціальна відповідальність бізнесу пов'язується лише з його спрямованістю на вирішення соціальних проблем колективу фірми, громади (рівень соціального захисту працівників, меценатство, доброчинність). Інші вчені є прихильниками більш широкого змісту цього поняття. Найбільш чітко такий підхід міститься у визначенні президента Української асоціації якості П. Калита. На його думку, соціально відповідальна компанія має відповідати ряду умов, зокрема [2]: задовольняти всі зацікавлені сторони; демонструвати постійне і довготривале бережливе ставлення до споживачів; піклуватися про власний персонал; сприяти сталому розвитку суспільства, забезпечуючи охорону довкілля, здійснюючи доброчинну діяльність.

Конференцією роботодавців України визначено такі необхідні умови для впровадження та розвитку соціальної відповідальності на підприємствах України: досягнення сталого розвитку самостійних і відповідальних компаній і організацій на забезпечення їх довгострокових інтересів, досягнення соціального миру, безпеки, добробуту громадян, збереженню оточуючого середовища, дотримання прав людини; невтручання держави і її органів у оперативну діяльність компанії [3].

Отже, соціальна відповідальність – це добровільна готовність відгукнутися на потреби суспільства, жертвуючи при цьому частиною своїх інтересів, пов'язаних з отриманням прибутку з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [1, с. 54].

Численні суперечки щодо ролі бізнесу в суспільстві породили багато аргументів «за» і «проти» соціальної відповідальності, серед основних можна виділити такі [3].

Основні переваги та недоліки застосування «соціальної відповідальності бізнесу»

Переваги соціальної відповідальності бізнесу	Недоліки соціальної відповідальності бізнесу
1. Сприятливі довгострокові перспективи для фірм: соціальні дії фірм поліпшують умови існування місцевих громад. Чим кращими будуть ці умови, тим сприятливішим буде середовище для бізнесу.	1. Порушується принцип максимізації прибутку: виділяючи частину своїх ресурсів на соціальні потреби, фірма порушує принцип максимізації прибутку. Фірма поводить найбільш

Навіть якщо короткострокові підвищення прибутковості фірми у майбутньому завдяки позитивному іміджу в очах споживачів, постачальників і місцевих громад.	соціально відповідальною, зосереджуючись виключно на економічних цілях і залишаючи соціальні проблеми державним, благодійним та просвітницьким організаціям.
2. Зміна потреб і очікувань широкої громадськості, участь компаній у вирішенні соціальних проблем стає і очікуваною, і необхідною.	2. Витрати, пов'язані із соціальною діяльністю: ресурси, що виділяються на соціальні потреби, являються для фірми статтею витрат, відтак у кінцевому рахунку у формі підвищення цін вони переносяться на споживачів.
3. Наявність ресурсів для допомоги у вирішенні соціальних проблем: оскільки фірми мають у своєму розпорядженні багато людських і фінансових ресурсів, вони мають можливість виділяти частину цих ресурсів на соціальні потреби.	3. Низький рівень звітності перед суспільством: ринкова система дозволяє контролювати економічні показники фірм, але не ступінь їх соціальної відповідальності.
4. Моральне зобов'язання: будь-яка фірма є членом суспільства і, як будь-який член суспільства, повинна виконувати певні моральні обов'язки і сприяти укріпленню моральних основ суспільства.	4. Відсутність у переважній більшості фірм навичок вирішення соціальних проблем.

Велике значення для розвитку СВБ має її суспільна підтримка, що реалізується за допомогою інституційних, організаційних та освітньо-інформаційних механізмів. Перші становлять сукупність формальних та неформальних норм, які стимулюють соціально відповідальну поведінку. Організаційні й освітньо-інформаційні механізми передбачають наявність та певний ступінь розвитку відповідної інфраструктури для здійснення СВБ. Інституційні механізми проявляються в таких способах заохочення соціальної відповідальності, як адекватний правовий режим; функціонування відповідної еталонної системи; норми етики, моралі й громадська думка в цілому.

Правовий режим здійснення СВБ охоплює питання законодавче передбачених пільг і преференцій для соціально відповідальних компаній, регулювання їх відносин з державними установами, партнерами в реалізації соціальних програм, а також адміністративних відносин між контролюючими та регулюючими органами, з одного боку, і соціально відповідальними суб'єктами господарювання – з другого [4].

Визначальну роль серед сукупності правових механізмів відіграють ті, що регулюють особливості фінансових відносин відповідальних компаній з податковим регулюванням, зацікавленими сторонами та партнерами. Правовий режим соціальної відповідальності повинен забезпечувати представникам бізнесу: можливість приймати самостійні рішення щодо об'єктів і програм СВБ; бажання приймати та реалізовувати рішення, що сприяють розвитку суспільства; розуміння і сприйняття наслідків самостійно прийнятих рішень; здатність бачити цілі й сенс розвитку бізнесу в контексті розвитку суспільства [5, с. 125].

Українські компанії вже розпочали використання соціального звітування у своїй діяльності і одне із завдань поширити досвід щодо його складання та впровадження в усіх сферах суспільного життя. На сучасному етап економічного розвитку даний вид звітності складають лише окремі суб'єкти господарювання, а відповідальність за їх достовірність не визначено, відсутня чітка взаємозв'язка з показниками фінансової та статистичної звітності. Необхідним є розробка форм звітності про соціальну та

екологічну відповідальність, які дозволять проводити ґрунтовний контроль та аналіз діяльності підприємства в сфері охорони навколишнього середовища та соціального забезпечення. Це дозволить встановити напрями відповідальності за достовірністю показників звітності про соціальну та екологічну відповідальність, приймати ефективні рішення в даній сфері всіма учасниками господарських відносин, а також визначити місце окремого суб'єкта господарювання в соціальному та екологічному розвитку держави.

Список використаних джерел

1. Зайцева О. І. Корпоративна соціальна відповідальність: стратегічні напрями розвитку само-організованих кампаній. *Економічні інновації*. 2011. № 45. С. 88–93.
2. Баюра Д. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління. *Україна : аспекти праці* : науково-економічний та суспільно-політичний журнал. 2009. № 1. С. 22.
3. Азаров М. Я. Державний бюджет і бюджетна стратегія в умовах економічних реформ : у 4 т. Київ. ДННУ : Акад. фін. Управління, 2011. 608 с.
4. Петрушенко Ю. М., Іванова Т. І., Дудкін О. В. Міжнародні тенденції соціалізації діяльності підприємств. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 3. С. 272.
5. Кузнецова А. Я. Корпоративна соціальна відповідальність : підруч. Київ : УБС НБУ, 2009. 258 с.