

Корпоративна соціальна звітність як домінанта інформаційного забезпечення управління підприємством

Гільорме Т.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики,
провідний науковий співробітник НДІ енергетики
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

Шачаніна Ю.К.

студентка
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

У статті розглянуто системне дослідження, критичну оцінку та розробку пропозицій щодо запровадження корпоративної соціальної звітності на суб'єктах господарювання. Запропоновано алгоритм визначення соціального фактора як домінанти розвитку людського капіталу відповідно до методики ESG за соціальними показниками (права персоналу, трудові стандарти, стан корпоративного управління, соціально-психологічний клімат у трудовому колективі, задоволення персоналу як альфа-стейкхолдерів).

Ключові слова: стейкхолдери, корпоративна соціальна відповідальність, персонал.

Гильорме Т.В., Шачанина Ю.К. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК ДОМИНАНТА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМ

В статье рассмотрены системное исследование, критическая оценка и разработка предложений по внедрению корпоративной социальной отчетности на субъектах хозяйствования. Предложен алгоритм определения социального фактора как доминанты развития человеческого капитала в соответствии с методикой ESG по социальным показателям (права персонала, трудовые стандарты, состояние корпоративного управления, социально-психологический климат в трудовом коллективе, удовлетворение персонала как альфа-стейкхолдеров).

Ключевые слова: стейкхолдеры, корпоративная социальная ответственность, персонал.

Hilorme T.V., Shachanina Y.K. CORPORATE SOCIAL REPORTING AS A DOMINANT FACTOR OF INFORMATION PROVISIONS FOR ENTERPRISE MANAGEMENT

The article dwells upon the system research, critical assessment and development of proposals concerning the implementation of corporate social reporting at business entities. Work suggests the algorithm for defining the social factor as a dominant trait of human capital development according to ESG methodology in respect of social indicators (personnel rights, labor standards, state of corporate governance, social and psychological climate among the staff, satisfaction of the personnel as alpha-stakeholders).

Keywords: stakeholders, corporate social responsibility, personnel.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні все більше компаній усвідомлюють, що залучення нефінансової звітності до корпоративної практики покращує сталий розвиток бізнесу, сприяє підвищенню ефективності персоналу та лояльності споживачів. Публічне інформування соціальних ініціатив доводить прозорість системи управління, тим самим покращуючи та зміцнюючи репутацію компанії як ключового чинника конкурентоспроможності підприємства. Корпоративна соціальність звітність дає змогу створити високоякісну систему інформаційного забезпечення управління підприємством в умовах існування релевантної

інформації на принципах збалансованості, об'єктивності та співставності, точності та моніторингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічні засади формування корпоративної звітності відображено в працях С. Діпіаза і Р. Екклза [1], А.Н. Козирева та В.Л. Макарова [2], С. Ріда та Х.-Д. Шойермана [3], В.А. Супрун [4], Я. Фітценца [5].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розробка теоретичних, методологічних положень та практичних рекомендацій щодо корпоративної соціальної звітності підприємства на засадах соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальний діалог може бути синонімом діалогу з працівниками, якщо під час такої взаємодії розглядаються питання сталого розвитку і соціальної відповідальності. Такий соціальний діалог може зробити стратегію соціальної відповідальності більш надійною для зовнішніх стейкхолдерів, оскільки вона підтримується персоналом компанії. Соціальна орієнтованість діяльності компанії є насамперед проявом загальносвітової тенденції соціалізації та гуманізації економічних відносин. У сфері бізнесу ця тенденція виражається в концепції соціальної відповідальності, коли компанії відповідальні перед усіма людьми та організаціями, з якими вони співпрацюють у процесі діяльності, і перед суспільством у цілому. Фактично більшість підприємств формують річні звіти, які включають інформацію щодо сталого розвитку, використовуючи різні стандарти і нормативні бази звітності зі сталого розвитку, що розроблені незалежними і неурядовими організаціями. В Україні найбільш часто використовуються дві нормативні бази звітності: Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative) (ГІЗ, GRI) і Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй (United Nations Global Compact) (ГДООН) [6].

GRI – це незалежна організація, створена у 1997 р. для розробки нормативної бази звітності зі сталого розвитку. Компанії застосовують GRI добровільно для відображення результатів своєї господарської, природоохоронної та соціальної діяльності, дотримуючись відповідних показників. GRI розробила методичку кількісної зміни соціальної та екологічної відповідальності з використанням конкретних показників. Однією з головних переваг стандарту є гнучкість: компанії застосовують частково або повністю запропоновані показники.

Іншим стандартом звітності є AA1000 S (Account Ability 1000 Series) [7], який розроблений Інститутом соціальної та етнічної звітності. Дана система звітності має особливості: направлена на впорядкування соціальних ініціатив підприємства та підвищення їх ефективності; встановлення процедури підготовки звітності та визначення переліку критеріїв оцінки соціальної звітності. Ключовим принципом, на засадах якого формується цей стандарт, є діалог із зацікавленими сторонами. Найбільш застосованою є форма соціальної звітності – це вільна форма, яку використовує більшість підприємств. Як правило, це бар-

висті буклети щодо благодійних заходів підприємства, підтримки освіти в країні, охорони здоров'я, культури та спорту, а також глянцевої брошури щодо досягнення в області охорони навколишнього середовища, прав людини, умов праці. Проте дана форма звітності має певні недоліки: не гарантує достовірності даних звіту, не забезпечує їх порівняння з показниками інших підприємств, що не визнаються міжнародними організаціями.

Елементи соціальної відповідальності активно реалізуються компаніями понад 50 років, саме поняття «соціальна відповідальність бізнесу» вперше офіційно пролунало у 1999 р. на Всесвітньому економічному форумі в Давосі. У 2000 р. ООН ініціювала широкомасштабний міжнародний рух у сфері дотримання прав людини, трудових відносин, навколишнього середовища та боротьби з корупцією (Глобальний договір UN Global Compact, 2000). Приєднання до цього договору означає, що компанія вибудовує свій бізнес з урахуванням цих вимог і, таким чином, декларує свою соціальну спрямованість [8, с. 63].

Суб'єкт господарювання, який декларує свою соціальну звітність відповідно до Глобального договору ООН, повинен щорічно створювати Панель «Повідомлення про прогрес», що описує чотири блоки: сферу (права людини, стандарти праці, довкілля та боротьба з корупцією), принципи (до кожної складової сфери), результати та виклики і проблеми.

Так, принципами сфери «Права людини» є забезпечення та захист прав людини. Принципи сфери «Стандарти праці» – підтримка свободи зібрань і дієве визнання права на колективні угоди; сприяння викоріненню примусової або обов'язкової праці, дитячої праці та дискримінації щодо зайнятості та працевлаштування.

Соціальним звітом підприємства є не просто звіт кількісних і якісних показників його громадської діяльності, а складна система інформації, що відображає значущі соціальні аспекти його діяльності, які можуть призвести до суттєвих наслідків для самого підприємства, споживачів даної продукції, державних органів, акціонерів, контрагентів або будь-яких інших пов'язаних із ним груп суспільства. Своєю чергою, корпоративний соціальний звіт, або корпоративна звітність, у галузі сталого розвитку – документ, в якому комплексно відображаються основні результати і показники діяльності компанії в галузі соціальної відповідальності та сталого розвитку [9, с. 36].

Корпоративна соціальна звітність забезпечує формування позитивного іміджу, зміцнення громадської довіри та лояльності до компанії; сприяє створенню сприятливого соціального середовища в регіонах діяльності, підтриманню соціальної стабільності; спрямована на підвищення капіталізації компанії в довгостроковій перспективі, зміцнює довіру інвесторів, будучи показником зниження нефінансових ризиків; дає змогу підвищити рівень корпоративного управління, сприяє виявленню соціальних проблем та оцінці ризиків у даній сфері, підвищує ефективність корпоративних комунікацій.

Практика складання соціальної звітності була введена провідними світовими корпораціями з кінця 1970-х років у цілях зміцнення ділового іміджу підприємства та підвищення його інвестиційної привабливості. Сучасні соціальні ініціативи зумовлюють прибутковість підприємств і їх комерційний успіх. Соціальний звіт слугує додатком до бухгалтерського звіту підприємства і містить кілька розділів: про взаємодію підприємства з навколишнім середовищем і проведення заходів, спрямованих на охорону природи; про економічні взаємовідносини із суспільством (включає дані про заробітну плату, продуктивність праці, створення робочих місць, розхожих на нові технології і наукові дослідження, а також про витрати на навчання) і про соціальні взаємини, що містять, наприклад, відомості про безпеку виробництва, умов праці, здоров'я персоналу, плинність кадрів, дотримання трудового права, прав людини тощо. Дані показники характеризують соціальну ефективність підприємства. Важливим елементом у процесі соціальної звітності є взаємодія з «зацікавленими сторонами» (стейкхолдерами), громадськістю, тобто з широким колом людей, груп, організацій, державних структур, на які компанія надає вплив в тому чи іншому вигляді. Способи впливу на них різноманітні: основна діяльність, випускаються продукти або послуги, технології виробництва, бізнес-рішення і стратегії, що приймаються керівництвом компанії, участь у політичній діяльності та лобювання законопроектів та ін.

Ще однією складовою частиною корпоративного звіту є моніторинг і оцінка внутрішніх процесів управління в компанії. Вона слугує засобом спілкування компанії із зовнішнім світом, демонструє вміння бачити ризики та вживати своєчасні та адекватні дії щодо їх запобігання та зниження.

За стандартами складання корпоративного соціального звіту в ньому мають бути такі дані: ключова інформація про діяльність організації за певний період у контексті сталого розвитку та різних аспектах; значна увага у звіті відведена питанням корпоративного управління і розширення діалогу із зацікавленими сторонами – ці питання є дуже важливими для підвищення прозорості компанії і відповідності її діяльності кращим світовим практикам; представлення інформації в області соціально-трудових відносин, поліпшення умов праці, якості життя співробітників, яка відображає прагнення компанії підтримувати статус одного з найкращих роботодавців країни; частина звіту присвячена діям компанії у сфері забезпечення безпеки праці і збереження здоров'я своїх співробітників; звіт відображає взаємовідносини компанії з місцевими громадами: принципи соціального партнерства, основні підходи до діяльності компанії щодо розвитку територій присутності, здійснювані програми та проекти; важливе місце в документі займають відомості про вплив виробничих процесів організації на екологічну обстановку, зниження негативного впливу виробництва на навколишнє середовище; звіт описує діяльність компанії в рамках розвитку нових технологій і нових ділових практик у галузі сталого розвитку.

Українські компанії, які підготували звіти відповідно до стандартів GRI, є великими організаціями. Деякі компанії, які підготували зазначені звіти, відзначили, що для збору необхідних даних і підготовки звіту їм було потрібно мінімум півроку. Обмежене застосування стандартів GRI компаніями в Україні та інших країнах може пояснюватися великою об'ємністю і складністю її посібників для застосування невеликими організаціями. Отже, корпоративний соціальний звіт демонструє значущі соціальні аспекти роботи підприємства. Це, своєю чергою, сприяє розвитку бізнесу та покращанню іміджу компанії. Особливість складання такої звітності полягає в тому, що вона формується за певними стандартами та включає в себе показники, які характеризують соціальну ефективність підприємства. Найбільш розповсюдженою нормативною базою для складання соціальної звітності є глобальна ініціатива зі звітності – дає компаніям право вибору, адже є добровільною.

Суб'єкт господарювання, який дотримується в корпоративній звітності вимог GRI, повинен розкрити п'ять складових: стратегію і аналіз; опис організації; параметри звітності,

управління, зобов'язання із зацікавленими сторонами; показники результативності (економічні результати, екологічні результати, організація праці та відповідальність за продукцію). У розділі соціальної корпоративної звітності, у групі «Організація праці», існують такі показники: середня кількість годин навчання на одного працівника на рік (за категоріями працівників); відсоток працівників, щодо яких періодично здійснюється оцінка результативності та розгляд кар'єрних можливостей; склад керівних органів і статистика за статтю, віком працівників, групами меншин та іншими показниками різноманітності.

Тобто суб'єкти господарювання повинні відображати у своїй корпоративній звітності заходи щодо забезпечення та сприяння розвитку персоналу (професійного, особистого, соціального). При цьому, на нашу думку, необхідно ввести показники оцінювання розвитку персоналу за трьома групами [10, с. 111]: демографічною складовою (показники статі: жінки в загальній чисельності персоналу підприємства, чоловіки в загальній чисельності персоналу підприємства; показники віку: чисельність персоналу сталої працездатності в загальній чисельності персоналу підприємства, чисельність персоналу зниженої працездатності в загальній чисельності персоналу підприємства, чисельність персоналу залишкової працездатності в загальній чисельності персоналу підприємства; показники стану здоров'я: чисельність персоналу загального стану здоров'я в загальній чисельності персоналу, чисельність персоналу, який потребує соціального захисту в загальній чисельності); соціально-економічною складовою (показники освіти: чисельність персоналу, який має повну вищу освіту за профілем в загальній чисельності персоналу підприємства, чисельність персоналу, який має повну вищу освіту не за профілем у загальній чисельності персоналу підприємства, чисельність персоналу, який має середню спеціальну освіту в загальній чисельності персоналу підприємства, чисельність персоналу, який має загальну середню освіту в загальній чисельності персоналу підприємства, чисельність персоналу, яка має неповну середню освіту в загальній чисельності персоналу підприємства; показники стажу: відносний середній стаж працівника на підприємстві – визначається співвідношенням між середнім стажем роботи на даному підприємстві та середнім віком праці (загальний стаж роботи), коефіцієнт стабільності персоналу – співвідношення загальної суми років

роботи на даному підприємстві всього персоналу та кількості персоналу; показники кваліфікації: коефіцієнт використання кваліфікації працівників визначається співвідношенням між затратами праці на виконання робіт відповідної класифікації та загальні витрати за період, коефіцієнт відповідності кваліфікації персоналу розвитку робочого місця – співвідношенню витрат на розвиток персоналу та витрат на оновлення робочого місця); соціально-атрибутивною складовою (показники мотиваційної сприйнятливості працівників до змін умов діяльності підприємства: відношення середньої заробітної плати персоналу, що займається інноваціями на підприємстві, до загальної суми фонду заробітної плати; відношення суми преміальних виплат за подані ідеї, раціоналізаторські пропозиції, нові рішення до загальної суми преміальних виплат по підприємству; показники рівня кваліфікаційної сприйнятливості змін умов діяльності підприємства, відповідність кваліфікаційної підготовки потребам інноваційного процесу – співвідношення витрат на підвищення кваліфікації персоналу підприємства на витрати у оновлення основних фондів підприємства; загальна кількість інноваційних ідей (пропозиції по інноваційним процесам, організаційним інноваціям, маркетинговим інноваціям) висунутих персоналом компанії протягом останніх періодів; показник оновлення кваліфікації персоналу підприємства – співвідношення витрат на навчання новим професіям персоналу та загальних витрат на персоналу).

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки ефективність діяльності компанії багато в чому залежить від ступеня її залучення до вирішення глобальних завдань, що стоять перед світовим співтовариством. До числа таких завдань насамперед слід віднести поліпшення економічних і соціальних відносин у суспільстві. Так, соціально активна поведінка безпосередньо впливає на репутацію бізнесу. Це підтверджується лінійною залежністю між індексом корпоративної соціальної відповідальності та репутацією ведучих компаній світу, яку визначено у дослідженні Global ReputationPulse Study (2010 р.) [6, с. 6]. В останні роки багато компаній стали публікувати звіти, де йде спроба розкриття інформації ESG-факторів, тобто врахування екологічних і соціальних факторів, а також питань корпоративного управління. Саме корпоративна соціальна звітність, яка розкриває діяльність компанії з ESG-факторів, і виступає

додатковим джерелом фінансової інформації. За допомогою цієї інформації користувачі звітності суб'єкта господарювання можуть визначити, яким чином компанія взаємодіє з ключовими стейкхолдерами, і тим самим оцінити, наскільки стійкі вільні грошові потоки в майбутньому. При цьому людський капітал розглядається як складова інтелектуального капіталу при створенні ринкової доданої вартості. Для управління вартістю компанії менеджментом може використовуватися збалансована система показників (ЗСП), яка була запропонована Нортонем і Капланом – декомпозиція стратегії на чотири перспективи (фінанси, клієнти, бізнес-процеси і навчання і зростання), це дає змогу перевести стратегію на операційний рівень і визначити КРІ (ключові показники діяльності).

Але, на нашу думку, для врахування інтересів усіх стейкхолдерів, особливо людського капіталу, необхідно врахувати концепцію стейкхолдерів при розробці стратегій за методом ЗСП, що дасть змогу максимізувати вартість компанії. Розглянемо більш детально особливості застосування методології FTSE4Good ESG Ratings, при цьому ESG-індикатор може мати максимальний бал 5. Для отримання цифрового значення бала необхідно оцінити ризики й ефективність роботи компанії за такими напрямками соціальних показників людського капіталу: права персоналу в компанії, трудові стандарти, стан корпоративного соціального управління, відношення в трудовому колективі (соціально-психологічний клімат), задоволення персоналу як альфа-стейкхолдерів. На рис. 1 представлено алгоритм

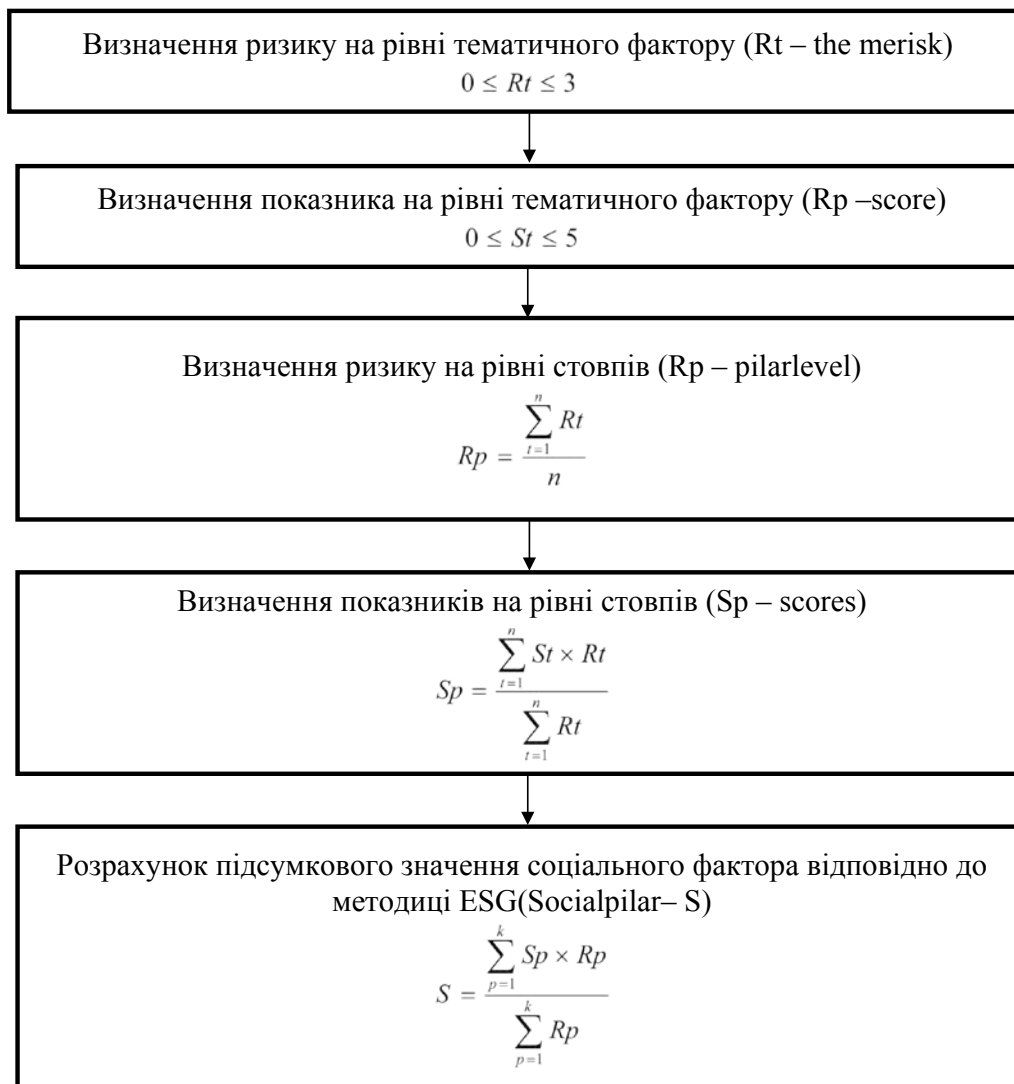


Рис. 1. Алгоритм визначення соціального фактора як домінанти розвитку людського капіталу (ЛК) відповідно до методики ESG

Джерело: авторська розробка

визначення соціального фактора як домінанти розвитку людського капіталу (ЛК) суб'єкта господарювання відповідно до методики ESG.

Відповідно до підходу, що застосовуються в методології FTSE4Good ESG Ratings, виділяють три рівні ризиків і показників: рівень теми; рівень стовпів; узагальнюючий рівень.

Для кожної компанії тематичний ризик знаходиться у діапазоні від 0 до 3 (0 – відсутність ризику, 3 – високий ризик) і від 0 до 5 (0 – інформація не розкривається, 5 – найкраща практика (best practice)).

У зв'язку з тим, що підсумкове значення соціального фактора відповідно до методики ESG не більше 5, то можливо оцінити, наскільки впливає соціальний фактор на розвиток підприємства.

На нашу думку, при запровадженні розрахунку показника ESG з урахуванням концепції стейкхолдерів, суб'єкт господарювання зможе регулярно відстежувати динаміку в області взаємовідносин зі стейкхолдерами, особливо альфа-стейкхолдерами – людського капіталу.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності дає змогу [8]: збільшити прибуток, прискорити темпи його зростання; отримати доступ компаніям до соціально відповідальних інвестицій, при розподілі яких інвестори беруть до уваги показники, що характеризують діяльність компанії в соціальній та етичній сферах, у сфері захисту навколишнього середовища, збільшити продуктивність і якість продукту (послуги); отримати більше можливостей залу-

чити й утримати співробітників (люди воліють працювати в компаніях, де цінності збігаються з їх власними); скоротити претензії з боку регулюючих органів; зробити більш ефективним управління ризиками; підвищити економічну безпеку. Існує декілька індексів, що дають змогу оцінити ступінь соціальної відповідальності організацій – це FTSE4 Good, Dow Jones Sustainable Index та ін.

Висновки з цього дослідження. Людський капітал як сукупність персоналій з притаманними йому особистими якостями (властивостями) створює ринкову додаткову вартість кожного суб'єкта господарювання – ключовий пріоритетний фактор його розвитку як єдиної можливості виживання в сучасному мінливому середовищі. Це потребує зміни світогляду до дефініції «людський капітал», зміни всієї сукупності функцій управління, особливо його споконвіку ортодоксального обліку. Якщо зміни в управлінському обліку щодо обліку та оцінювання людського капіталу відбуваються постійно, виникають нові моделі на засадах різноманітних концепцій, як розглянуто у статті, у вітчизняному фінансовому обліку, незважаючи на його гармонізацію до міжнародних стандартів, залишається парадигма «людський капітал – це витрати підприємства». Перспективою подальших розробок є вдосконалення методичних засад визначення фінансових результатів обліку розвитку персоналу, відображення його у звітності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дипиаза С. Будущее корпоративной отчетности. Как вернуть доверие общества / С. Дипиаза, Р. Экклз. – М. : Альпина Габлишер, 2003. – 212 с.
2. Козырев А.Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А.Н. Козырев, В.Л. Макаров. – М. : Интерреклама, 2003. – 352 с.
3. Рид С. Финансовый директор как интегратор бизнеса / С. Рид, Х.-Д. Шойерман и группа my SAP ERP Financials ; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 397 с.
4. Супрун В.А. Интеллектуальный капитал: Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке / В.А. Супрун. – М. : КомКнига, 2006. – 192 с.
5. Фитценц Я. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической стоимости персонала / Я. Фитценц ; пер. с англ. – М. : Вершина, 2006. – 320 с.
6. Global Reputation Pulse Study / Reputation Institute's. – 2010. – P. 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cordis.europa.eu>.
7. ISO 26000 Corporate Social Responsibility Guidance [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.greenbusiness.sg/2011/03/16/introducing-iso-26000-guidance-on-social-responsibility/>.
8. Зантарая Т. Соціальні програми соціальної відповідальності бізнесу / Т. Зантарая // Управління персоналом. – 2007. – № 11. – С. 63–64.
9. Зінченко А.Г. Соціальна відповідальність в Україні: Погляди різних стейкхолдерів / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна // Регіональний аспект. – К., 2008. – 60 с.
10. Гільорме Т.В. Формування оціночної системи розвитку робочої сили персоналу підприємства / Т.В. Гільорме // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : зб. наук. пр. ; редкол. : В.С. Волошин (гол. ред.) [та ін.]. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2013. – Вип. 2. – Т. 1. – С. 109–114.