



УДК 657:334.72

РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ДОСЯГНЕННІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

КОРОЛЬ С., к. е. н., доцент кафедри бухгалтерського обліку КНТЕУ

В Україні домінує думка, що пов'язує соціальну відповідальність бізнесу з комплексом обов'язкових соціальних відрахувань до відповідних державних фондів, виплатою працівникам "білої" зарплати, своєчасною сплатою податків і дотриманням інших вимог законодавства. Однак слід зважати на те, що підприємства функціонують, використовуючи природні і трудові ресурси, транспортну і торговельну інфраструктуру міста, регіону і країни в цілому, а наслідки їх діяльності прямо чи опосередковано впливають на життя широкого кола людей – власників, працівників та їх сімей, постачальників і споживачів продукції, мешканців регіону тощо. Отже, підприємство можна розглядати як активного учасника соціальних і економічних процесів у країні.

Стаття 42 Господарського кодексу України визначає підприємництво як таку господарську діяльність, що здійснюється для досягнення *економічних і соціальних результатів* [1, с. 29]. Держава бере на себе, перш за все, контроль за дотриманням законодавчих норм і регулювання макроекономічних процесів, а суб'єкти господарювання повинні на власний ризик поєднувати підприємницьку діяльність, спрямовану на одержання прибутку – *економічного результату*, з соціальною діяльністю, яка пов'язана із досягненням певних *соціальних результатів*.

Соціальні проблеми діяльності підприємства сьогодні всебічно досліджуються науковцями у галузі філософії, юриспруденції, соціології, педагогіки, психології, державного управління. Аналізу піддаються ключові поняття, зміст принципів і вимог Глобального договору ООН щодо соціальної відповідальності бізнесу, окремі напрями соціальної діяльності, ставлення суспільства й бізнес-спільноти до соціальних проблем, питання соціального партнерства, роль засобів

масової інформації у розповсюдженні ідеї соціальної відповідальності, мотивації персоналу, підготовці фахівців тощо. Лише окремі автори звертаються до найбільш складних питань, пов'язаних із розумінням впливу соціальної активності на фінансові результати діяльності підприємства, визначенням та оцінкою соціального капіталу, інтелектуального капіталу, компенсаційним менеджментом тощо. Серед авторів, що мають найбільш значні доробки з цих проблем, слід назвати Ф. Котлера, Н. Лі, Р. Хендерсона, Дж. Мілковіча, Дж. Ньюмена, А. Каліну, Т. Надтонку, С. Єніна, Є. Смирнова, В. Білявського та ін.

Однак саме економісти, спираючись на вже сформовану теоретичну платформу, накопичений практичний досвід та методологічний апарат, повинні створити інформаційну основу та методіку обліку, контролю й аналізу для ефективного управління соціально-економічною діяльністю підприємства. Для досягнення зазначених стратегічних цілей необхідна координація роботи всіх структурних підрозділів підприємства через налагодження комунікації між ними та створення єдиної інформаційної бази.

Відповідною інформаційною базою можуть бути дані *управлінського обліку*. У свою чергу це вимагає переосмислення концепції управлінського обліку, розширення його завдань, адаптації методологічного апарату з урахуванням зобов'язань, які накладає на підприємство визнання принципів соціальної відповідальності бізнесу.

Виявлення шляхів найкращого використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів з метою максимально можливого задоволення різноманітних потреб широкого кола людей пов'язане з постійною оцінкою та відбором альтернативних варіантів рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємства. Розуміння потреб контрагентів та вміння задовольнити ці потреби одночасно з вирішенням завдань раціонального використання обмежених ресурсів стає вирішальною передумовою успіху підприємницької діяльності. Сучасний бізнес неможливий без оволодіння конкретною інформацією стосовно якісних параметрів, обсягу та динаміки потреб, їхнього прогнозування, а також активного впливу на формування обсягів і структури споживання.

Серед проблем розвитку соціальної відповідальності слід звернути увагу на *неспроможність бізнесу оцінити й адекватно представити свої досягнення у цій сфері*, у результаті – аргументовано вести соціальний діалог. Незважаючи на широкий розголос і активне обговорення зазначених питань в Україні, рівень соціальної відповідальності бізнесу дуже низький. В умовах невирішеності політичних, економічних і законодавчих питань переважна більшість вітчизняних підприємств стоять осторонь таких "глобальних проблем". Однак дотримання принципів соціальної відповідальності може бути вигідно бізнесу: *по-перше*, соціальна відповідальність є дієвим інструментом управління підприємством; *по-друге*, вона потребує вести справу більш ефективно [2, с. 30].

Важливим стимулом для підприємств має стати той факт, що соціально відповідальний підхід до діяльності підприємства впливає на його економічні показники. На сьогодні за результатами численних досліджень у США та Європі доведено, що компанії, які займаються доброчинністю, мають цілу низку економічних вигод: збільшення обсягів продажів та ринкової частки, зміцнення позиції бренду, покращення іміджу та посилення впливу, ширші можливості щодо залучення, мотивування та винагороди фахівців, залучення інвестицій, зменшення виробничих витрат тощо [3, с. 11].

Компанії, які намагаються вийти на більш високий рівень розвитку та орієнтуються на міжнародні стандарти ведення бізнесу, поступово починають розуміти, що активна соціальна позиція допоможе їм швидше цього досягти [4]. Отже, соціальна відповідальність вітчизняних підприємств має об'єктивні прагматичні підстави.

Слід відзначити, що на світовому ринку рейтинг продукції та послуг, конкурентоспроможність компаній визначаються споживачем, для якого важливі такі питання, як якість продукції, вплив виробництва на екологію, політика у сфері оплати праці та соціального забезпечення працівників тощо. Соціальний статус компанії, стан і перспективи кадрової політики відбиваються не тільки на ефективності роботи її персоналу, а й на рішеннях інвесторів. Як зазначає О. Данилін, "прагматичні інвестори вкладатимуть кошти не в ті підприємства, для котрих характерні найменші витрати виробництва, які іноді досягаються не зовсім сприятливими з точки зору соціальної та природоохоронної політики засобами, а в ті, де існує позитивне реноме компанії, яке дозволяє їй успішно розвиватися у довгостроковій перспективі. Часи мислення в термінах "чистої" економічної раціональності (максимізація прибутку будь-якими засобами) минають, все більшу вагу набувають гуманітарні фактори розвитку бізнесу" [5].

Разом з усвідомленням того, що соціально відповідальна поведінка служить підвищенню капіталізації компанії, її власники і керівники починають розглядати більшість соціальних витрат як інвестиції в нематеріальні активи підприємства. Найкращий спосіб соціальних інвестицій, вважає Б. Горовіц, – це "побудова соціальної стратегії, взаємопов'язаної з комерційною стратегією. При цьому кошти, що виділяються на соціальну сферу, повинні витратитися так само акуратно, як комерційні вкладення, які сприяють прибутковості компанії. Тоді будуть ефективно вирішуватись завдання суспільства і завдання самої компанії. Це баланс, до якого необхідно прагнути" [6].

До основних функцій бізнесу, які мають зв'язок з корпоративною соціальною відповідальністю, належить вирішення наведених нижче питань у сферах [7]:

- загальної політики та стратегії компанії;
- організації праці та виробничого процесу;

- закупівлі та управління поставками;
- збуту та продажу товарів;
- маркетингу та відносин з клієнтами;
- розвитку людських ресурсів і трудових відносин;
- фінансового управління та відносин з інвесторами;
- проектно-конструкторських робіт;
- відносин з владою та іншими зацікавленими сторонами;
- заходів з охорони довкілля.

Управління підприємством повинно враховувати як економічні, так і соціальні фактори. При цьому основні проблеми, які постають перед бізнесом, полягають у пошуку балансу між діловими і соціальними пріоритетами. Інстинкт самозбереження підказує, що "мораль не повинна гальмувати розвиток економіки. Суспільство не отримує вигоду з того, що споживачі, інвестори і підприємці будуть нехтувати економічними показниками і проголошувати соціальну відповідальність компаній заради абстрактного загального блага. Більшість компаній буде впроваджувати ідеї соціальної відповідальності в життя тільки за умови, що це буде мати практичний сенс" [8].

Отже, виникає питання визначення ефективності інвестицій соціального спрямування. Західні фахівці зазначають, "оскільки вигоди, пов'язані з соціальною корпоративною відповідальністю, безпосередньо неможливо виміряти, і більшість компаній не розголошують витрати на таку діяльність, то оцінити окупність інвестицій у соціальну корпоративну відповідальність вкрай важко" [3, с. 32]. На практиці все частіше виникає потреба порівняти ефективність добродійних програм з іншими маркетинговими заходами. Процес прийняття рішення у сфері соціальної відповідальності пов'язаний з вибором пріоритетів і спробою максимізувати доходи від соціальних інвестицій. При цьому слід оцінити потенційну вигоду як для підприємства-інвестора, так і для конкретної справи, встановити обсяг вкладених ресурсів та отриманих результатів.

Філіп Котлер і Ненсі Лі, узагальнюючи найкращий досвід американських компаній з оцінки та обчислення дохідності корпоративних соціальних інвестицій, рекомендують таку схему збору та узагальнення даних [3, с. 242]: визначити мету оцінювання та потрібні на це кошти; обсяг інвестицій; оцінити результат у порівнянні з поставленими цілями та завданнями, а також щодо потреб компанії; здійснювати моніторинг соціального заходу, на який спрямовані інвестиції.

Дослідження підтверджує, що нині відбувається трансформація поняття "результат діяльності підприємства". У науковій літературі та на практиці традиційно розглядають поняття економічної ефективності виробництва, а саме досягнення найвищих результатів при найменших витратах живої та уречевленої праці або зниженні сукупних витрат на

одиницю продукції. Такий підхід орієнтований перш за все на максимізацію прибутку, пошук дешевих ресурсів. Сучасний підхід до побудови моделі економічної ефективності підприємницької діяльності пов'язаний з необхідністю *максимально можливого задоволення різноманітних потреб суб'єктів економічних інтересів* за умови раціонального використання обмежених ресурсів. Тобто щодо ресурсів пріоритетною стає не ціна, а наявність ресурсів (у тому числі трудових), а щодо продукту та процесу його виробництва – не кількість чи ціна, а його якісні характеристики – відповідність існуючим вимогам.

Інший автор виокремлює такі види ефективності: технічну, економічну та соціально-економічну [9, с. 3–4]. Економічна ефективність виражається через результати роботи підприємства або їх структурних підрозділів. Соціально-економічна ефективність враховує задоволення потреб населення, умови роботи працівників, відповідність виробничих відносин рівню виробничих сил.

Визначають поняття "соціальний результат функціонування підприємства" та здійснюють його системну класифікацію Т. Надтонка та Є. Смірнов [10, с. 94–101]. Під *соціальним результатом* функціонування підприємства автори розуміють наслідки його *економічної діяльності* по відношенню до соціуму у вигляді працівників підприємства, споживачів продукції та інших соціальних груп і суспільства на місцевому, національному та світовому рівнях. Ієрархічну класифікацію соціальних результатів у статті здійснено за такими основними ознаками, як сфера, об'єкт, область та предмет проявлення. При фасетній класифікації соціальних результатів запропоновано низку ознак, які дозволяють їх деталізувати за характером виміру, масштабом проявлення, характером впливу тощо.

Наведені ознаки дозволяють зареєструвати різноманітні способи впливу економічної діяльності підприємства на основних соціальних суб'єктів, що знаходяться у сфері впливу підприємства. Однак у контексті публікації соціальні результати функціонування підприємства не розглядаються як мета його діяльності, а лише як побічний її наслідок. Саме тому запропонований авторами підхід не повною мірою відповідає принципам соціальної відповідальності бізнесу і є одностороннім, оскільки не враховує *економічний результат соціальної діяльності*. Водночас слід підкреслити значення їх дослідження для розробки системи показників та обґрунтування методики оцінки економічної ефективності соціальних інвестицій.

Прийняття рішень щодо досягнення соціальних та економічних результатів функціонування підприємства вимагає адаптації функцій управління до нових умов і завдань. При такому підході всі функції управління підприємством набувають виражений соціальний характер. Відбувається зміна стратегії управління підприємством, що пов'язано:

по-перше, з необхідністю введення в систему управління фактору соціальної відповідальності; по-друге, з переважною орієнтацією на соціально-економічний результат у довгостроковій перспективі.

Для отримання оптимального соціального та економічного ефекту підприємства повинні ставити соціальні завдання на один рівень з іншими завданнями бізнесу. Будь-які заходи соціального спрямування пов'язані з додатковим витрачанням коштів і ресурсів підприємства [11, с. 52–58]. Саме тому прийняття управлінського рішення щодо їх реалізації потребують чіткого обґрунтування на основі класифікації та оцінки можливих соціальних витрат і очікуваних соціальних вигод.

Джерелом інформації для проведення розрахунків є управлінський облік, який може бути зорієнтований на досягнення певних стратегічних цілей та використання не лише внутрішньої, а й зовнішньої інформації, надання необхідних даних для виконання соціально орієнтованих функцій бізнесу. Як зазначає С. Голов, "головною метою управлінського обліку є допомога компанії досягти її стратегічних цілей. Досягнення стратегічних цілей означає задоволення потреб клієнтів, акціонерів та інших учасників господарської діяльності (постачальників, персоналу тощо)" [12, с. 17]. Концептуальний зв'язок соціальної відповідальності бізнесу та завдань управлінського обліку наведено на *рисунку* *.



* Удосконалено на основі: *Програма розвитку ООН.* — Режим доступа: <http://www/un.by/ru/undp/gcompact/res/csr.html>; *Нападовська Л.В.* Управлінський облік: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Л. В. Нападовська. — К.: Книга, 2004. — С. 15.

Управлінський облік спрямовується на виявлення шляхів найкращого застосування обмежених ресурсів з метою максимально можливого задоволення потреб суб'єктів економічних інтересів. Вирішення такого завдання пов'язане з постійною оцінкою та відбором альтернативних варіантів підвищення ефективності діяльності. "Розуміння потреб споживачів та вміння задовольнити ці потреби одночасно з вирішенням завдань раціонального використання обмежених ресурсів стає вирішальною передумовою успіху підприємницької діяльності. Сучасний бізнес неможливий без оволодіння чіткою інформацією стосовно якісних параметрів, обсягу та динаміки потреб, їхнього прогнозування, а також активного впливу на формування обсягів і структури споживання" [13, с. 54].

Зважаючи на особливості завдань, пов'язаних із реалізацією соціальних заходів, можна зробити такий висновок: *методологічні прийоми, що застосовуються в управлінському обліку, найбільше прийнятні для оцінки результатів соціальної діяльності підприємства.* При цьому має здійснюватися адаптація методології управлінського обліку відповідно до зміни стратегії управління підприємством у напрямі диференціації цінностей.

Міжнародними організаціями сформульовані основні принципи соціально відповідальної поведінки бізнесу, узгоджена система показників, розроблені загальні вимоги і форми звітності підприємств, Таким чином, існують певні зовнішні умови для практичного впровадження та реалізації соціально відповідальної політики на вітчизняних підприємствах.

Відповідно до Глобального договору ООН рівень соціально відповідальної діяльності підприємств оцінюється за такими основними групами показників [14]:

- економічна результативність;
- екологічна результативність;
- результативності організації праці;
- результативність у сфері прав людини;
- результативність взаємодії з суспільством;
- результативність у сфері відповідальності за продукцію.

Наведені показники узагальнюються та опубліковуються на добровільних засадах у складі соціальної звітності підприємств, які приєдналися до Глобального договору ООН щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Отже, нагальною є проблема розробки і впровадження методики оцінки соціальних витрат і соціальних вигод, розрахунку системи

показників діяльності підприємства, яка дозволить його керівникам проводити збалансовану соціально-економічну політику й управляти компанією з дотриманням принципів соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Господарський кодекс України* : прийнятий 16 січ. 2003 р. — К. : Істина, 2003.
2. *Мендоза-Вилсон Дж.* Локализация ответственности / Дж. Мендоза-Вилсон // *Експерт*. — 2008. — № 15.
3. *Котлер Ф.* Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Філіп Котлер, Ненсі Лі ; пер. з англ. С. Яринич. — К. : Стандарт, 2005.
4. *Туркин С.* Как выгодно быть добрым: сделайте свой бизнес социально ответственным. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 381 с.
5. *Данілін О.* Політика соціальної відповідальності серед малого і середнього бізнесу: інформування стейкхолдерів і зв'язки з громадськістю / Центр корпоративного громадянства. — Режим доступу : <http://www.corporate-citizen.org.ua/library>.
6. *Горовиц Б.* Социальная стратегия компании должна быть связана с ее коммерческой стратегией. — Режим доступа : <http://www.soc-otvet.ru/sob2/sob.nsf>.
7. *Туркин С.* Зачем бизнесу социальная ответственность / С. Туркин // *Управление компанией*. — 2004. — № 7.
8. *Сердюк О. О.* Постановка проблеми соціальної відповідальності бізнесу / О.О. Сердюк. — Режим доступу : <http://www.rusnauka.com/filosofy>.
9. *Калина А. В.* Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности) : учеб. пособие / А. В. Калина. — К. : МАУП, 2001.
10. *Надтонка Т. Б.* Сущность понятия "социальные результаты деятельности предприятия" и их классификация / Т. Б. Надтонка, Є. В. Смірнов // *Научные труды ДонНТУ*, 2007. — Вып. 32. — С. 94–101. — (Экономическая сер.).
11. *Король С. Я.* Фінансові аспекти вирішення соціальних проблем підприємства / С. Я. Король // *Вісн. КНТЕУ*. — 2006. — № 6. — С. 52–58.
12. *Голов С. Ф.* *Управлінський облік* : підручник / С. Ф. Голов. — К. : Лібра, 2003.
13. *Економічна теорія: політекономія* : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. — К. : Знання-Прес, 2004.
14. <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online/LanguageSpecific/Russian>.