

УДК 336.02

Байрактар Ю. П.

Київська державна академія водного транспорту імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЕТАПИ ЇЇ ФОРМУВАННЯ

У статті досліджуються сутність та етапи формування нефінансової звітності. Нефінансова звітність є невід'ємним етапом впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) в діяльність підприємств. Її зміст відображає основні економічні, екологічні та соціальні аспекти діяльності організацій. Розглянуто основні міжнародні стандарти нефінансової звітності та надано практичні рекомендації щодо її підготовки.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, нефінансова звітність, звітність зі сталого розвитку, принципи не фінансової звітності, етапи формування не фінансового звіту.

Постановка проблеми. Серед лідерів українського бізнесу зростає розуміння того, що підготовка нефінансової звітності як частини впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності допомагає компаніям завоювати довіру зацікавлених сторін завдяки розкриттю позиції компанії з економічних, соціальних та екологічних питань. За умов фінансової, економічної та політичної кризи, що склалася у країні стає зрозумілим, що тільки впровадження ефективних форм господарювання дозволить сформуванню сталого суспільства та забезпечити безперервну діяльність суб'єкта господарювання. Фактори економічної ефективності, у свою чергу, повинні істотно доповнюватися чинниками етичного, соціального та екологічного характеру [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні та зарубіжні вчені В. Воробей, В. Журовська, М. Саприкіна, О. Ляшенко, Н. Сміт, Д. Сітковський, Н. Супрун, О. Герасименко, А. Колот та інші у своїх дослідженнях виділили основні проблеми впровадження міжнародних стандартів нефінансової звітності в діяльність корпорацій, проблеми соціального аудиту та здійснення обліку соціальної відповідальності. Однак, для формування ефективних корпоративних відносин в Україні актуальними залишаються питання підвищення рівня розкриття фінансової та нефінансової інформації вітчизняними підприємствами.

Метою дослідження є надання практичних рекомендацій для підготовки нефінансової звітності суб'єктами господарювання на сучасному етапі розвитку економіки.

Виклад основного матеріалу. Нефінансова звітність є досить новою корпоративною практикою як в Україні, так і в світі, тому не існує однозначного визначення цього поняття. Зазвичай під цим поняттям розуміють звітність організації щодо її економічних, соціальних і екологічних результатів діяльності. Вона може розкривати питання за такими напрямками: управління персоналом, охорона праці і техніка безпеки, корпоративне управління, управління ризиками, благодійність, охорона навколишнього середовища, управління якістю продукції, взаємодія із зацікавленими сторонами, дотримання принципів корпоративної етики. У таблиці 1 наведено результати проведеного автором узагальнення визначень поняття «не фінансова звітність».

Історію нефінансової звітності можна умовно розділити на чотири етапи залежно від того, яку основну функцію вона виконувала [2]:

- 1 – інформаційну;
- 2 – рекламну;
- 3 – комунікативну;
- 4 – інструмента планування та оцінки.

Таблиця 1

Визначення поняття нефінансової звітності

Джерело	Визначення
Агентство з соціальної інформації (АСІ)	Соціальний звіт – документ, що висвітлює оцінку громадського впливу компанії.
Асоціація дипломованих присяжних бухгалтерів (ACCA)	Звітування в сфері сталого розвитку – звітування про економічні, соціальні та екологічні спекти діяльності організації.
Асоціація дипломованих головних бухгалтерів (CGA – Canada)	Звіт про корпоративну стійкість – засіб комунікації із зацікавленими сторонами з приводу економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності організації.

Перші практичні спроби складання звітів були зроблені в Європі у 70-х роках ХХ століття. Нерідко ці публікації з'являлися у зв'язку з конфліктними ситуаціями, що виникали або всередині компанії (серед працівників, з участю профспілок), або ззовні (претензії, висунуті громадськими організаціями, жителями тих чи інших територій, критичні виступи в пресі тощо). Наприклад, відомий випадок зі світовим гігантом Nike, який порушував права працівників своїх фабрик у країнах третього світу, чи випадок з великим розливом нафти компанією Shell у 1976 р. Ці звіти рідко мали чітку періодичність, як правило, звітність мала безсистемний характер тощо.

На першому етапі інформаційна функція нефінансових звітів була однією із найважливіших, але нині вона ґрунтовно доповнена іншими стратегічними завданнями.

На другому етапі спостерігаємо значний розвиток методології звітності. Зміст звітів ставав все більш різноманітним, вони почали активно використовуватися компаніями в цілях PR (Public Relations – зв'язки з громадськістю).

На третьому етапі відбулася конвергенція теорії стейкхолдерів та концепції корпоративної відповідальності, все частіше лунали пропозиції використовувати звіт як засіб зворотного зв'язку із зацікавленими сторонами. Комунікативна функція виявилася набагато продуктивнішою, ніж тільки PR, і сьогодні обов'язково береться до уваги під час розробки концепції звіту.

На четвертому етапі, що розпочався у 1990-х роках, сформувався підхід, згідно з яким діяльність у сфері корпоративної відповідальності або сталого розвитку повинна мати системний характер, тобто управлятися так само, як і інші бізнес-процеси. Багато великих компаній розробили власні системи управління цією діяльністю. Саме тоді визначилася найважливіша внутрішня функ-

ція нефінансових звітів – це інструмент планування й оцінки діяльності.

Сьогодні нефінансова звітність, незважаючи на добровільний характер, стає все більш поширеною діловою практикою соціально-відповідальних компаній в усьому світі. Вона дозволяє підвищити відкритість та прозорість компаній, а також вміння і готовність вести конструктивний діалог зі своїми стейкхолдерами.

У країнах Європейського Союзу соціальна звітність є обов'язковою для певних груп компаній. Найбільш чітко тенденції становлення простежуються у Франції, Норвегії, Швейцарії [3].

Незважаючи на те, що нефінансова звітність в Україні, порівняно з країнами Європейського Союзу, перебуває на етапі становлення, вона має значний потенціал розвитку. Ключову роль у залученні бізнесу до цього процесу має розвиток мережі Глобального договору ООН (рис. 1), Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), міжнародного стандарту AA1000 та ін.

Підготовка нефінансового звіту у довільній формі або за одним з міжнародних стандартів є фінальним етапом впровадження стратегій корпоративної соціальної відповідальності суб'єктом господарської діяльності.

Підготовка нефінансової звітності передбачає побудову стійкої системи взаємодії з зацікавленими сторонами, а також збору та аналізу інформації. Вирішення цього завдання неможливе без підтримки з боку вищого керівництва, активної участі співробітників, чіткого розподілу відповідальності між підрозділами та достатніх ресурсів. У цілому весь процес підготовки нефінансового звіту можна розділити на шість етапів, кожен із яких має різний термін реалізації (рис. 2).

Перший етап полягає у плануванні процесу. Варто організувати робочу групу, яка складається з представників різних функцій організації, на чолі з керівником процесу підготовки звітності. Його основним завданням є координація взаємодії з зацікавленими сторонами та підготовка інфор-



Рис. 2. Основні етапи підготовки нефінансової звітності

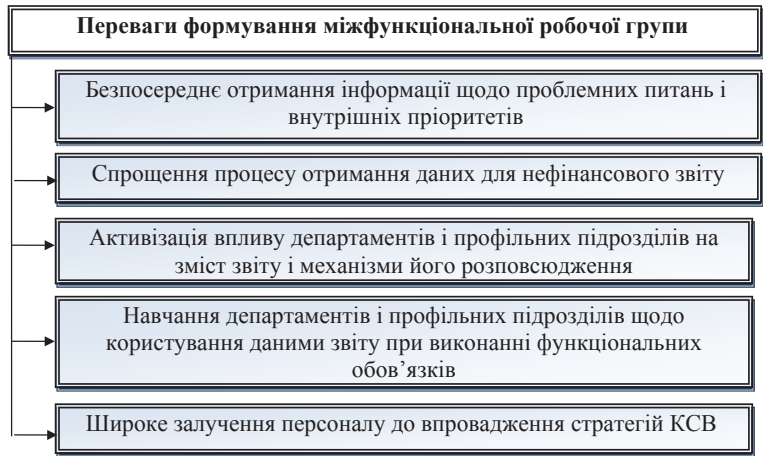


Рис. 3. Переваги формування міжфункціональної робочої групи [5, ст. 77]

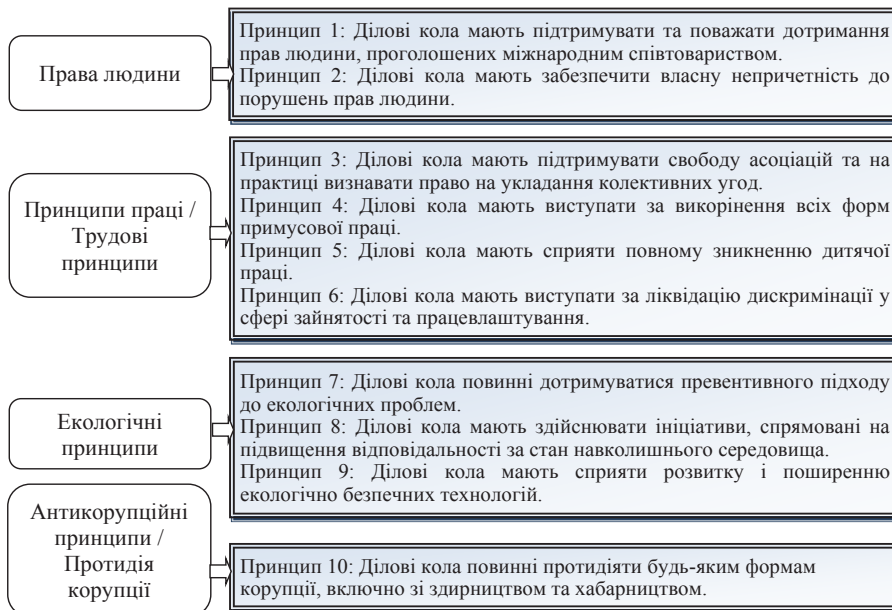


Рис. 1. Принципи Глобального договору ООН [4]

мації щодо низки обраних напрямів. Робоча група може складатися з представників відділів планування і стратегічного розвитку, маркетингу, комунікацій і управління персоналом, фінансового і виробничого відділів, а також відповідальних за зв'язок з інвесторами і органами влади (державними і місцевого самоврядування), за охорону праці й екологію [5]. Група повинна візуалізувати звіт, визначивши, який результат вони очікують отримати – брошуру у вільній формі або верифікований звіт відповідно до міжнародних стандартів.

Другим етапом є взаємодія із зацікавленими сторонами з метою виявлення найбільш важливих для них питань і відображення їх у звіті. Організація може використовувати результати, отримані у ході опитувань і консультацій, що проводилися протягом року, або організувати спеціальні заходи, приурочені до підготовки звіту.

Визначення меж звітності та вибір тем і показників, на яких варто скон-

центрувати увагу, є третім етапом підготовки нефінансового звіту. Для цього компанії спочатку слід розробити методологію, спрямовану на визначення найбільш значимих питань. Залучення до цього процесу зацікавлених сторін є одним із способів визначення питань, які є важливими для суспільства в цілому, а значить, і для компанії зокрема. Провідні організації використовують у своїх звітах дані, отримані під час діалогів з зацікавленими сторонами, щоб вибудувати свою діяльність у відповідності з принципами сталого розвитку. За допомогою нефінансової звітності компанії можуть реагувати на побоювання і очікування зацікавлених сторін, демонструючи, що їх вимоги прийняті до уваги.

Автором встановлено, що при визначенні істотних питань для висвітлення у нефінансовій звітності міжнародний стандарт звітності в галузі сталого розвитку GRI пропонує компаніям керуватися чотирма основними принципами (рис. 4).

На основі виявлених суттєвих питань компанія може розробити структурний макет звіту. Для розробки структури звіту важливо дотримуватися принцип суттєвості (матеріальності). Бажання організації розповісти про себе якомога більше цілком зрозуміле, але недоцільно витрачати на це час співробітників і додаткові ресурси.

Нефінансова звітність сприяє більш успішному і стійкому розвитку організації за рахунок своєчасного задоволення інформаційних потреб зацікавлених сторін щодо економічних, соціальних та екологічних показників діяльності суб'єкта господарювання.

Нефінансовий звіт покликаний задовольнити інформаційні потреби всіх зацікавлених сторін, проте деякі питання можуть виявитися недостатньо висвітленими. Щоб запобігти цьому, необхідно визначити складові такого звіту та його цільову аудиторію. Для додаткової комунікації організації можуть також використовувати корпоративний веб-сайт, корпоративні видання, публікації в ЗМІ, спеціальні додаткові звіти, а також інтерактивні заходи, включаючи круглі столи, конференції, форуми, фокус-групи, презентації тощо.

Четвертий етап – збір та перевірка даних – найбільш трудомісткий етап підготовки звіту. Уникнути зайвої роботи можна за умови його максимальної інтеграції з іншими процесами підготовки звітності в організації.

Інформація, необхідна для нефінансового звіту, міститься у внутрішньо корпоративній документа-

ції. У деяких компаніях – в декількох інформаційних системах, що використовуються різними департаментами та відділами. Необхідно врахувати існування паралельних систем обліку: управлінського і податкового. У зв'язку з цим доцільним є складання внутрішнього переліку всіх потенційних джерел даних, при цьому в окремих випадках єдиним можливим варіантом є проведення інтерв'ю з відповідальними особами [8]. Наприклад, варто використовувати показники, які подаються до статистичних органів, або є частиною управлінської звітності. Інші показники можна включити до регламенту і збирати на постійній основі, а не запитувати їх кожен рік.

Процес роботи з даними вимагає певної послідовності (рис. 5):

- формування базової сукупності ключових показників;
- визначення джерел інформації;
- систематизація даних;
- структурування даних;
- аналіз даних.

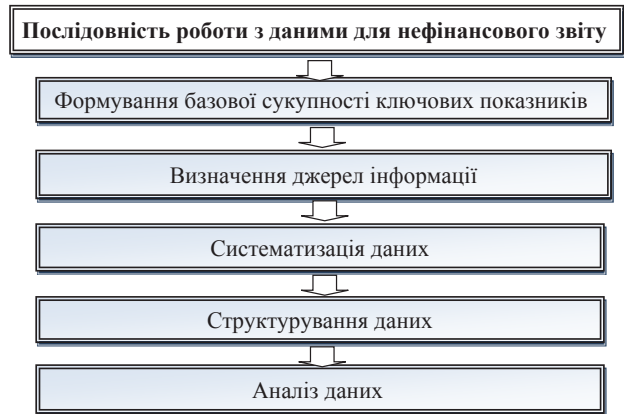


Рис. 5. Загальна модель роботи з даними [5, ст. 79]

Багато міжнародних компанії для збору інформації залучають незалежних аудиторів для верифікації нефінансової звітності.

Написання нефінансового звіту – п'ятий етап. Цим може займатися керівник, відповідальний за складання звіту, співробітники залучених підрозділів або сторонні копірайтери. Значно полегшити процес складання звіту може наявність структурного макета, списку суттєвих питань, а також

протоколів інтерв'ю з керівництвом і зустрічей із зацікавленими сторонами.

Найбільш економічною є практика, за якої співробітники самостійно готують текст звіту. Вони краще знають внутрішнє середовище компанії та з більшою ймовірністю можуть передбачити реакцію зацікавлених сторін після публікації звіту.

Нефінансовий звіт варто позиціонувати як механізм реалізації комплексних цілей, наприклад, він може формуватися паралельно з оцінкою ефективності проєктів СВБ або при щорічному перегляді стратегії СВБ. Систематизувати й аналізу-

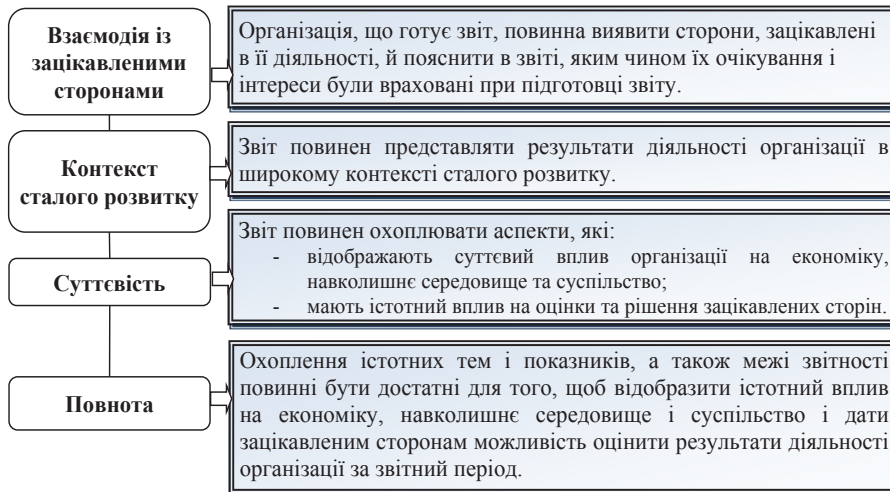


Рис. 4. Принципи міжнародного стандарту звітності у галузі сталого розвитку GRI [7]

вати дані раціонально одночасно з формуванням фінансових звітів. Різні розділи (у т. ч. таблиці, діаграми, коментарі) доцільно використовувати для інших комунікативних цілей [5, ст. 80].

Останнім, шостим, етапом є верифікація та аудит нефінансового звіту. Поширювання нефінансової звітності, власне, як і фінансової, ініціює питання правдивості тез і реалістичності наданої інформації.

Першочерговими адресатами звітності є причетні групи впливу, наприклад працівники, бізнес-партнери, акціонери. Варто враховувати, що вони детально аналізують презентовані факти, твердження і думки з урахуванням доступної їм інформації, що є значущою обставиною, зважаючи на швидкість інформаційних потоків і репутаційних ризиків [9].

Метою верифікації нефінансової звітності є підтвердження достовірності (правдивості) кількісних показників і якісної інформації.

Верифікація є ознакою відповідності очікуванням груп впливу, оцінкою відображених в звіті соціальних аспектів. Верифікації підлягають не тільки показники нефінансового звіту, але і методики їхнього розрахунку, систематизації і аналізу, що сприяє підтвердженню правдивості інформації і вдосконаленню системи управління соціальною відповідальністю бізнесу. Верифікація та аудит нефінансової звітності є свідченням фундаментальності соціальної відповідальності [5, ст. 80].

Прагнучи відповідати високим стандартам відповідального ведення бізнесу й обравши європейську спрямованість розвитку Україна як суверенна держава та українські підприємства

зокрема повинні визнати пріоритетними напрямами діяльності: дотримання прав людини, гарантування безпечних умов праці й можливостей для постійного розвитку та самовдосконалення, підтримку духовних цінностей, турботу про молодь, відповідальність перед партнерами і клієнтами та запобігання корупційним проявам тощо [10].

Висновки. Підготовка нефінансової звітності – досить нова корпоративна практика як в Україні, так і в світі в цілому. У зв'язку з цим існує низка проблем, пов'язаних з термінологією, стандартами і сприйняттям нефінансової звітності у суспільстві. Незважаючи на це, практика підготовки нефінансової звітності є серйозною інвестицією у довгострокові відносини з ключовими зацікавленими сторонами.

Нааявність нефінансової звітності дозволяє українським компаніям зберегти і розширити бізнес з транснаціональними компаніями, вийти на ринки, де КСВ є фактором конкурентної боротьби. Дослідження показали, що рівень з підготовки нефінансової звітності з КСВ в Україні перебуває поки на низькому рівні. Проте українські компанії, які вже взяли її на озброєння, не повинні відмовлятися від своїх планів в умовах економічної, політичної та соціальної кризи, що склалася в країні, так як існує безліч способів зниження витрат на складання звітності без погіршення її якості. В умовах кризи в Україні КСВ і нефінансова звітність стали особливо актуальними, оскільки зацікавлені сторони висувають все більше і більше вимог, які, перш за все, належать до забезпечення безпеки працівників та збереження робочих місць.

Список літератури:

1. Боцян Т.В. Етичність бізнесу в Україні крізь призму не фінансової звітності / Економіка та управління національним господарством [ЕЧ-XXI № 3-4(1)'2013] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://soskin.info/ea/2013/3-4/201317.html>.
2. Сайт Агентства соціальної інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.soc-otvet.ru/asi/nonfinancialreporting>.
3. World Business Council for Sustainable Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.wbcsd.ch.
4. United Nations Global Compact [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.unglobalcompact.org/languages/russian/ten_principles.html.
5. Нохріна Л.А. Конспект лекцій з дисципліни «Соціальні технології» (для студентів 4 курсу денної і 4, 5 курсу заочної форми навчання напрямів підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа», 6.140103 «Туризм») / Л.А. Нохріна. Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – 106 с.
6. Свод основных признаков социально ответственной компании // Бизнес и общество. – 2004. – № 4-5. – 23-24 с.
7. Керівництво звітності в сфері сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.globalreporting.org/resource/library/Russian-G4-Part-One.pdf>.
8. Коновалова Л.Н., Корсаков М.И., Якимец В.Н. Управление социальными программами компании / Под ред. Литовченко С.Е. – М. : Ассоциация менеджеров России, 2003. – 152 с.
9. Стандарт верификации отчетов AA1000, «AccountAbility» / Перевод с английского и общая редакция Агентства социальной информации. – М., 2013. – 26 с.
10. Москалюк А.А. Сучасні умови розвитку нефінансової звітності в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2410>.

Байрактар Ю. А.

Киевская государственная академия водного транспорта имени гетмана Петра Конашевича-Сагайдачного

НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЭТАПЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ

Резюме

В статье исследуются сущность и этапы формирования нефинансовой отчетности. Нефинансовая отчетность является неотъемлемым этапом внедрения концепции корпоративной социальной ответственности в деятельность предприятий. Ее содержание отображает основные экономические, экологические и социальные аспекты деятельности организаций. Рассмотрены основные международные стандарты нефинансовой отчетности и представлены практические рекомендации относительно ее подготовки.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, нефинансовая отчетность, отчетность устойчивого развития, принципы нефинансовой отчетности, этапы формирования нефинансового отчета.

Bayraktar Y. P.

Kyiv State Maritime Academy after hetman Petro Konashevich-Sahaydachniy

NON-FINANCIAL REPORTING OF THE COMPANY AND THE STAGES OF ITS FORMATION

Summary

The article analyses the essence and stages of formation of non-financial reporting. Non-financial reporting is an integral stage of introducing the concept of corporate social responsibility (hereinafter CSR) to the activities of enterprises. Its content reflects the main economic, environmental and social aspects of organizations. The main international standards of non-financial reporting were reviewed in the article, and practical recommendations for its preparation were provided.

Keywords: corporate social responsibility, non-financial reporting, reporting on sustainable development, principles of non-financial reporting, stages of non-financial reports formation.

УДК 658.18:330.4

Бархасва А. Ю.

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

ВПЛИВ РІВНЯ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Досліджені питання оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури на будівельних підприємствах. Визначена необхідність удосконалення методичного інструментарію для оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури на будівельних підприємствах. Отримані результати можуть бути використані при побудові інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного управління логістичною інфраструктурою будівельних підприємств.

Ключові слова: логістична інфраструктура підприємства, рівень розвитку логістичної інфраструктури підприємства, оцінка логістичної інфраструктури будівельних підприємств, інформаційно-аналітичне забезпечення управління логістичною інфраструктурою, методика оцінки логістичної інфраструктури підприємств.

Постановка проблеми. Стратегічне управління та вибір напрямку розвитку логістичної інфраструктури підприємства неможливі без досліджень стану її розвитку. Метою такого аналізу є оцінка логістичної інфраструктури підприємства на основі визначення часткових показників та загальних компонент рівня розвитку логістичної інфраструктури будівельних підприємств. На основі аналізу рівня розвитку логістичної інфраструктури будівельного підприємства можна визначити напрями управління логістичною інфраструктурою будівельних підприємств для удосконалення її стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні в наукових колах немає єдиної методики оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури підприємств, зокрема, і підприємств будівельної галузі. Були зроблені деякі дослідження відносно методик оцінки логістичної інфраструктури вітчизняними науковцями М.О. Довба, Е.В. Крикавським, О.А. Похильченко, Н.Б. Савіною, Н.В. Чернопиською та зарубіжними науковцями А.В. Дмитрієвим, А. Курбановим, Т. Курбановим, В.І. Сергеевим та ін., але методика оцінки логістичної інфраструктури будівельних підприємств ще не була розглянута, тому, на нашу думку, підходи до оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури потребують подальших досліджень.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Раніше не приділялося достатньої уваги питанням удосконалення методики оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури на підприємствах будівельної галузі.

Метою статті є удосконалення існуючих теоретико-методичних розробок оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури підприємств будівель-

ної галузі та її впливу на отримання конкурентних переваг для підприємств будівельної галузі.

Виклад основного матеріалу. З метою розробки методики оцінки рівня розвитку логістичної інфраструктури будівельних підприємств доцільно розглянути існуючі методики вітчизняних та зарубіжних вчених.

Н.Б. Савіна виділяє такі об'єкти логістичної інфраструктури [1, с. 166]:

- об'єкти основних засобів;
- об'єкти інвестиційної нерухомості;
- необоротні активи, утримувані для продажу;
- запаси (товари).

У той же час Е.В. Крикавський виділяє наступні показники, що характеризують логістичну інфраструктуру:

- технічні (наявність автострад, міжнародного автопарку, міждержавного залізничного сполучення, морських (річкових) портів, логістичних центрів);
- організаційно-економічні (наявність підприємств, які надають спеціалізовані логістичні послуги: транспортно-експедиційні, складські; наявність підприємств, які надають комплексні логістичні послуги, з них: логістичні оператори 3PL, логістичні оператори 4PL) [2, с. 61–62].

На противагу, А. Курбанов та Т. Курбанов пропонують методику, яка складається з трьох складових: - оперативна оцінка ступеня відповідності об'єктів інфраструктури логістичної системи потребам організації;

- економічне обґрунтування напрямів використання об'єктів інфраструктури логістичної системи при реалізації концепції аутсорсингу;
- обґрунтування вихідних даних (інформаційне забезпечення оцінки) [3, с. 41].