

УДК 657

*Сивак О. Б., аспірант кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Житомирського державного технологічного університету (Україна)*

БЛАГОДІЙНІСТЬ ЯК СКЛADOVA СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

В статті проаналізовано наукову літературу з метою визначення поняття “благодійність” та визначення її місця серед складових соціально відповідальної діяльності українських підприємств для виділення операцій з надання благодійної допомоги серед інших з метою організації їх бухгалтерського відображення. Благодійність компаній така ж різноманітна, як і терміни для її опису: благодійність, корпоративна (стратегічна) філантропія, корпоративне громадянство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальні інвестиції та ін. Здійснивши аналіз наукової літератури з метою визначення поняття “благодійність”, виявлено, що поняття благодійність бізнесу, корпоративна філантропія, корпоративне громадянство, соціальна відповідальність, соціальні інвестиції мають спільну основу. Встановлено, що враховуючи обліковий аспект, поняття “благодійність” слід трактувати з економічної точки зору. Виявлено, що благодійність є найвищим (третім) рівнем соціально відповідальної діяльності українських підприємств.

***Ключові слова:** благодійність, філантропія, бухгалтерський облік, благодійна допомога, соціальні інвестиції*

Рис. 1, літ. 6.

Сивак Е. Б.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: УЧЕТНЫЙ АСПЕКТ

В статье проанализирована научная литература с целью определения понятия "благотворительность" и ее места среди составляющих социально ответственной деятельности украинских предприятий для выделения операций по предоставлению благотворительной помощи среди других с целью организации их бухгалтерского отражения. Благотворительность компаний такая же разнообразная, как и термины для ее описания: благотворительность, корпоративная (стратегическая) филантропия, корпоративное гражданство, корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции и др. Осуществив анализ научной литературы с целью определения понятия "благотворительность", установлено, что понятие благотворительность бизнеса, корпоративная филантропия, корпоративное гражданство, социальная ответственность, социальные инвестиции имеют общую основу. Установлено, что учитываемый учетный аспект, понятие "благотворительность" следует рассматривать с экономической точки зрения. Выведено, что благотворительность является самым высоким (третьим) уровнем социально ответственной деятельности украинских предприятий.

***Ключевые слова:** благотворительность, филантропия, бухгалтерский учет, благотворительная помощь, социальные инвестиции*

SYVAK O.

CHARITY AS A PART OF SOCIALLY RESPONSIBLE BUSINESS: ACCOUNTING ASPECT

The article has been dedicated to the analysis of scientific literature for the purpose of definition of "charity" and determination its place among the components of the social responsible activity of Ukrainian companies for its accounting reflection. Companies' charity is as diverse as the terms of its description: charity, corporate (strategic) philanthropy, corporate citizenship, corporate social responsibility, social investment and others. It has been found by carrying out an analysis of the scientific literature for the purpose of the definition of "charity" that the concept of business charity, corporate philanthropy, corporate citizenship, social responsibility, social investments have a common basis. It has been established that given an aspect, the concept of "charity" should be interpreted in economic terms. It has been revealed that charity is the highest (third) level of socially responsible activity of Ukrainian enterprises.

***Keywords:** charity, philanthropy, accounting, charitable assistance, social investment*

Постановка проблеми. У ХХ ст. благодійність набрала значного розмаху. Благодійники спрямовують свої зусилля на вирішення суспільних проблем та покращення якості життя громад. Особливої актуальності благодійність набуває тоді, коли держава на практиці невзможі виконати покладені на неї соціальні функції, що є характерним для України сьогодні.

Лідерами соціальних ініціатив на глобальному рівні на сучасному етапі господарювання є

транснаціональні компанії. Їхні внески в соціальну сферу продовжують стабільно зростати, при цьому практично 40 % [1] спрямовуються в країни, що розвиваються, підвищуючи тим самим свою репутацію в інших державах та налагоджуючи співробітництво з суспільством. Такі компанії задають тренди в країнах, де благодійність тільки зароджується. Водночас вони часто пропонують свої глобальні соціальні програми, не адаптуючи їх під реальні потреби і місцевий контекст.

Благодійність для більшості підприємств не є поширеною операцією. Тому рішення керівника про надання благодійної допомоги викликає у бухгалтера труднощі при відображенні даних операцій на рахунках бухгалтерського обліку. Зокрема, виникають труднощі з заповненням великої кількості документів та звітування перед податковою службою. Крім того, виникає ряд питань щодо відображення даних операцій на рахунках бухгалтерського обліку, щодо первинних документів, що підтверджують здійснення операцій, а також щодо наслідків, які виникають при здійсненні податкових розрахунків.

Перш, ніж перейти до відображення благодійної допомоги в бухгалтерському обліку та звітності, слід визначити, що саме відноситься до неї та визначитись з термінологічним апаратом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання обліку благодійної допомоги розглядаються багатьма вченими. Зокрема, проблеми обліку цільового фінансування та благодійної допомоги в некомерційних організаціях розглядали Л. Єгорова [2], Я.С. Ведмедева [3]; порядок обліку благодійної допомоги Є.М. Лазукова, Є.В. Мельнікова [4]; сутність обліку в контексті соціальної звітності А.Н. Петрова [5]. Однак дані дослідження присвячені проблемам обліку благодійної допомоги в бюджетних установах.

Метою нашого дослідження є систематизація та аналіз наукової літератури з метою визначення поняття “благодійність” та визначення її місця серед складових соціально відповідальної діяльності українських підприємств, що в подальшому сприятиме виділенню операцій з надання благодійної допомоги серед інших з метою організації їх бухгалтерського відображення.

Викладення основного матеріалу. Благодійність компаній така ж різноманітна, як і терміни для її опису. Серед найуживаніших: благодійність бізнесу, корпоративна (стратегічна) філантропія, корпоративне громадянство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальні інвестиції. І цей список не вичерпний. Наявність такої кількості термінів не випадкова, адже їхня поява відбувалася та продовжує відбуватися поступово, відповідаючи еволюції етапів розвитку благодійності як вагової складової життєдіяльності суспільства та, зокрема, розвитку благодійності в бізнесі.

Проаналізувавши ряд визначень, запропонованих науковцями, виявлено, що більшість з них схиляється до думки, що благодійність – це безоплатна передача матеріальних та нематеріальних засобів з метою надання допомоги для вирішення суспільних проблем.

Досить часто як синонім поняття “благодійність” використовується поняття “філантропія”, що в буквальному перекладі з грецької означає людинолюбство. З цим важко не погодитись, оскільки і те й інше проявляється як добровільний розподіл приватних ресурсів в інтересах нужденних. Однак в деяких випадках благодійність не є філантропією. Наприклад, надання безоплатної допомоги тваринам із заповідника неможна назвати людинолюбством, тобто філантропією, однак можна назвати благодійністю. Таким чином, різниця між філантропією та благодійністю полягає не в конкретних формах дій, а виключно в сфері мотивації.

Поняття “філантропія” охоплює велику кількість різних соціальних явищ – від адресної допомоги приватної особи до широкомасштабного “соціально орієнтованого бізнесу” крупних комерційних компаній. Одним з основних механізмів філантропії є фандрайзинг. Синонімом даному поняттю є залучення пожертвувань, тобто збір засобів для конкретної адресної допомоги. Така діяльність характерна для невеликих некомерційних волонтерських організацій.

Корпоративна (стратегічна) філантропія — це надання компанією коштів, матеріальної грошової допомоги, послуг, волонтерів та інших ресурсів громадським та благодійним організаціям, великим групам людей або установам для здійснення ними власної місії.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – добровільна ініціатива власника компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально-спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення зовнішнього для компанії або організації середовища.

Корпоративна соціальна відповідальність є фундаментом реалізації моделі корпоративного громадянства на рівні конкретних соціально значущих ініціатив і на рівні забезпечення їх ціннісної мотивації.

Корпоративне громадянство є більш широким поняттям, ніж корпоративна соціальна відповідальність, і разом із включенням у стратегічні цілі підприємницької діяльності норм і принципів соціально відповідального бізнесу наполягає на важливості взаємовідносин між бізнесом, владою, структурами громадянського суспільства, окремими громадянами у вирішенні суспільно значущих питань на умовах соціального діалогу і взаємоповаги.

Соціальні інвестиції – вкладення матеріальних, нематеріальних та фінансових активів у об’єкти соціальної сфери, що компенсують зростанням потоку доходів у майбутньому та отриманим позитивним соціальним ефектом і, в остаточному результаті, забезпечать покращення якості життя населення. Соціальні

інвестиції – економічно цілеспрямована участь в житті місцевих громад, в результаті якої відбуваються системні зміни в різних сферах суспільного і приватного життя, створюються соціальні і економічні блага для широкого кола заінтересованих осіб.

Існує досить багато дискусій з приводу правомірності філантропії. По-перше, ті хто виступають проти корпоративної філантропії, пояснюють це тим, що керівник підприємства є представником його власників (акціонерів) і, відповідно, повинні вести справи в рамках задоволення інтересів акціонерів (збільшення прибутків). Бажання підтримати благодійну справу повинні здійснювати окремі особи і в цьому вони не потребують менеджера, який приймає рішення за них. З таких позицій, у разі, якщо керівництво підприємства бере участь у благодійній діяльності, воно фактично витрачає “заради загального суспільного блага” не свої кошти. При цьому виникає ряд ситуацій, які є наслідком благодійних пожертв: 1) зменшення прибутків для акціонерів (витрачання коштів акціонерів); 2) зростання цін на продукцію компанії (витрачання коштів покупців); 3) зменшення заробітної плати (витрачання коштів найманих працівників). Тобто, в такому випадку керівник підприємства неправомірно виконує свою роль, яка належить йому як законно обраному – здійснювати перерозподіл доходів.

Прихильники протилежної думки доводять, що філантропія є правомірною корпоративною діяльністю, стверджуючи, що для досягнення успіху підприємства мають підтримувати добрі відносини з усіма заінтересованими сторонами. Цей аргумент базується на переконанні, що успішні підприємства повинні працювати для всіх заінтересованих сторін та розглядати акціонерів лише однією з таких сторін на ряду з іншими, зокрема, громадою, де здійснює діяльність підприємство, і суспільством загалом. Крім цього, вважається: якщо суспільство помічає значну невідповідність між комерційною діяльністю і суспільними потребами, суспільство вживатиме заходів для обмеження прав і діяльності підприємств (відмова від продукції).

У 1889 р. Е. Карнегі написав статтю “Багатство”, в якій закликав американських мільйонерів віддавати надлишкові кошти на благодійність, а не витрачати їх на розкіш та зайву екстравагантність. Стверджуючи, що, “помираючи у багатстві, людина помирає в ганьбі” [6], Карнегі фактично дав поштовх стрімкому розвитку благодійності у США.

Мільярдери Білл Гейтс, П’єр Омідьяр, Джеффри Сколл, Сергій Брін, Ларрі Пейдж, які заробили свої статки на розвитку комп’ютерних технологій, вивели філантропію на рівень глобального політичного впливу.

Отже, здійснивши систематизацію та аналіз наукової літератури з метою визначення поняття “благодійність”, виявлено, що поняття благодійність бізнесу, корпоративна філантропія, корпоративне громадянство, корпоративна соціальна відповідальність, соціальні інвестиції мають спільну основу. Систематизацію даних понять представлено на рис. 1.

Перший етап (60-ті – середина 70-х рр. минулого століття) характеризувався розквітом традиційної філантропії (благодійності). Компанії максимально “розділяли” ділову та соціальну активність, допомагаючи найбільш незахищеним категоріям населення (дітям, інвалідам) або установам культури. Допомога виділялася у вигляді натуральних або грошових пожертвувань на підставі особистих симпатій керівника. Для даного періоду характерна приватна благодійність та утворення незалежних громадських організацій, яким була притаманна загально благодійна спрямованість, тому в бухгалтерському обліку та звітності така благодійність практично не відображалася.

На другому етапі (середина 70-х – початок 80-х рр.) стратегічна філантропія стала відповіддю бізнесу на економічну кризу, тиск громадськості і влади у зв’язку з небажанням корпорацій проявляти турботу про власних співробітників і місцеву громаду, а також ігнорування питаннями екології, стандартів якості і безпеки на робочому місці. Стратегічна філантропія бізнесу характеризується готовністю отримати оптимальний прибуток замість максимального. Для даного періоду характерними є більш цілеспрямована благодійність, тобто, конкретна допомога. В цей період благодійна допомога відображається в бухгалтерському обліку та звітності на рахунках витрат підприємства з відсотковим обмеженням, що в подальшому впливає на оподаткований прибуток.

В середині 80-х рр. минулого століття в усьому світі на зміну стратегічної філантропії прийшла концепція корпоративного громадянства. На місцевому рівні корпоративне громадянство проявляється у вигляді соціальних інвестицій бізнесу, що означають спільну роботу комерційного, некомерційного та державного секторів для вирішення актуальних соціально-економічних проблем місцевих громад. Компанії не просто виділяють товари, гроші або своїх співробітників, але включаються в партнерські програми усіма своїми ресурсами. На нашу думку, благодійність на даному етапі необхідно відображати не на рахунках інших витрат, а відраховувати з прибутку підприємства в розмірі тієї суми, яка необхідна, не обмежуючи її відсотковим співвідношенням.

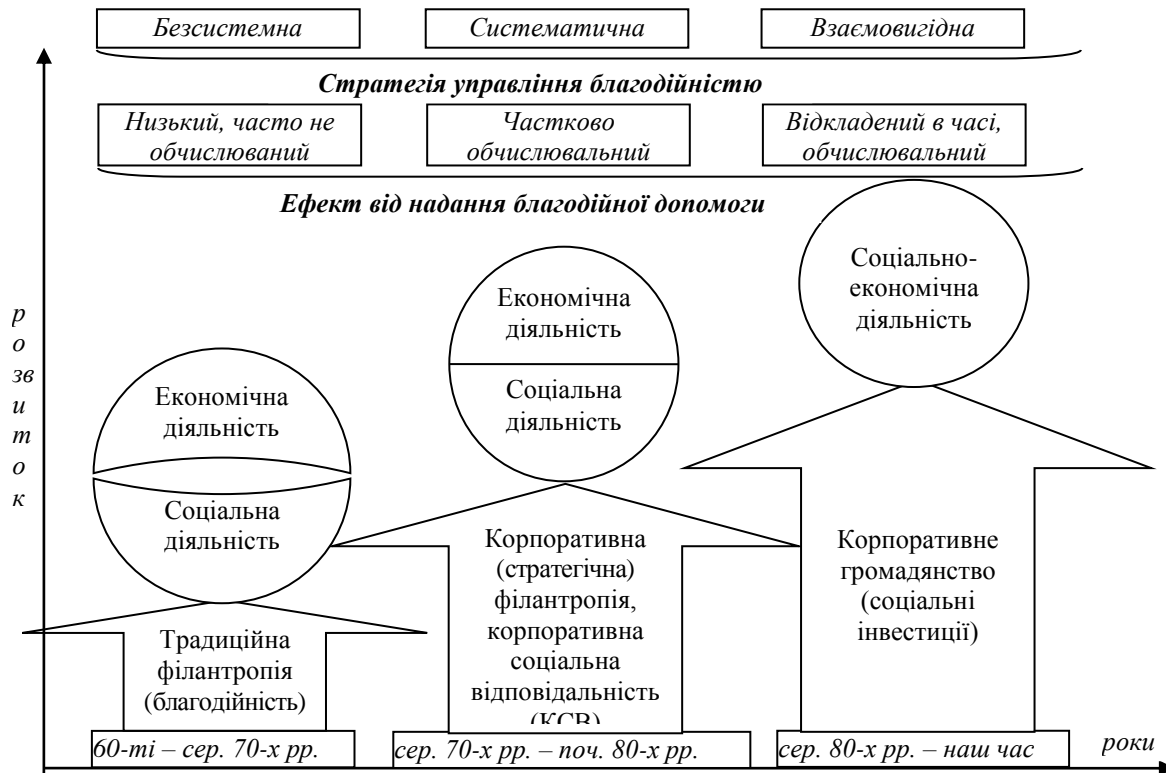


Рис. 1. Розвиток благодійності та її характерні риси

Таким чином, здійснивши систематизацію та аналіз наукової літератури встановлено, що враховуючи обліковий аспект, поняття “благодійність” слід трактувати з економічної точки зору. В ході визначення її місця серед складових соціально відповідальної діяльності українських підприємств, виявлено, що благодійність є найвищим (третім) її рівнем.

Висновки та пропозиції. В результаті проведеного дослідження встановлено ряд проблемних питань теоретичного напрямку: 1) відсутність єдиного підходу до трактування поняття благодійність, що ускладнює відображення даного об’єкту в системі бухгалтерського обліку; 2) відсутність єдиного підходу до розуміння сутності благодійної допомоги як об’єкта бухгалтерського обліку; 3) необхідність розробки класифікації благодійної допомоги в системі бухгалтерського обліку; 4) необхідність наукового обґрунтування напрямів розвитку організаційно-методичного забезпечення бухгалтерського обліку операцій з надання благодійної допомоги.

Проаналізувавши ряд визначень можна зробити висновок, що поняття благодійність з економічної точки зору – це діяльність, завдяки якій громадські та приватні ресурси добровільно спрямовуються їхніми власниками для допомоги окремим соціально незахищеним групам людей для вирішення суспільних проблем, а також поліпшення умов громадського життя. Тобто така підтримка надається не тільки бідним і хворим, а й тим людям (громадським активістам, фахівцям, представникам творчих професій, учням і студентам) та некомерційним і неполітичним організаціям, котрі відчувають нестачу в коштах для вирішення індивідуальних, професійних, культурних та суспільних завдань.

Обліковий аспект благодійності полягає в тому, що вона є одноразовою акцією з надання благодійної допомоги нужденним з боку фізичних і юридичних осіб (які не є благодійними організаціями).

Крім того, слід розрізняти благодійність в широкому та вузькому сенсах. Благодійність у вузькому сенсі – добровільна безкорислива діяльність спрямована на допомогу нужденним, філантропія – добровільна організована діяльність спрямована на удосконалення життя громади, вирішення суспільно-важливих чи міжнародних проблем, тобто суспільне благо, а не на благо окремих людей, що фактично відповідає сучасній формі благодійності. Благодійність в широкому сенсі слова (це поняття потрібне принаймні як технічне для об’єднання двох попередніх, які позначають споріднені явища) – безкорислива цілеспрямована діяльність, через яку відбувається перерозподіл матеріальних та нематеріальних ресурсів їх власниками, з метою допомоги іншим у задоволенні їхніх потреб, удосконалення життя певної громади, вирішення суспільно-важливих, або міжнародних проблем.

Встановлено, що соціальні інвестиції – це вкладення матеріальних та нематеріальних активів у об’єкти соціальної сфери, що компенсуються зростанням потоку доходів у майбутньому та

отриманим позитивним соціальним ефектом (який можна визначити за допомогою апарату теорії ігор) і, в остаточному результаті, забезпечать покращання якості життя населення.

Удосконалення бухгалтерського обліку операцій з надання благодійної допомоги з відповідним удосконаленням їх законодавчого регулювання сприятиме отриманню повної та достовірної інформації про здійснення таких операцій для прийняття ефективних управлінських рішень та дозволить українським підприємствам перейти від стихійної благодійної діяльності до повноцінного соціального інвестування. Що, в свою чергу, передбачає усвідомлені дії підприємства, спрямовані на поліпшення якості життя місцевого населення і на приріст соціального капіталу, до якого включають соціальні комунікації, ступінь довіри між людьми, соціальну солідарність, готовність прийти на допомогу і готовність до спільної роботи на загальне благо.

Даний напрям є перспективою наших подальших досліджень.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Непочатова Д. Корпоративна філантропія — соціальні інвестиції бізнесу Електронний ресурс / Д. Непочатова // «Дзеркало тижня. Україна». – №6. – 2014. – Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/authors/dar-ya-nerochatova>.
2. Егорова Л. Учет целевого финансирования и благотворительной помощи в некоммерческих организациях / Егорова Л. // Проблемы теории и практики управления. – 2007. № 7. – С. 48-54.
3. Ведмедева Я.С. Процес оприбуткування благодійних внесків, грантів та дарунків бюджетними установами / Я.С. Ведмедева // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету – Вип. 21 / Черкаський держ. технол. ун-т. – Черкаси : Видавництво ЧДТУ, 2008. – 291 с. – С. 69-73.
4. Лазукова Е.М. Порядок учета благотворительной помощи / Лазукова Е.М., Мельникова Е.В. // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2011. – № 3. – С. 9-12.
5. Петрова А.Н. Сущность и назначение социальной отчетности / Петрова А.Н. // Экономические науки. – 2011. – № 83. – С. 215-218.
6. Carnegie A. The Gospel of Wealth / Carnegie A. // North American Review. – № CCCXCI, June, 1889. – [Electronic resource] – Mode of access: <http://www.swarthmore.edu/SocSci/rbannis1/AIH19th/Carnegie.html>.