

СОЦІАЛЬНА ЗВІТНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтовано необхідність підвищення інформативності даних через розвиток звітнього інформаційного забезпечення управління людським капіталом компанії для забезпечення ефективності подальшого реформування бухгалтерської звітності

Ключові слова: соціальна звітність, людський капітал, користувачі звітності

Постановка проблеми. Переважна більшість вітчизняних підприємств не формують адекватної інформації про наявний людський капітал своїх співробітників не лише для внутрішнього використання, але й для зовнішньої звітності. Проте компанії, які можуть продемонструвати в звітності високий рівень професіоналізму своїх працівників, значно виграють на ринку. Адаже потенційні інвестори охоче знайомляться із звітами про людський капітал. Для них не так вже важливо, щоб оцінка людського капіталу мала грошовий вираз, але істотною є наявність даних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досвід відображення людського капіталу у фінансовій та іншій звітності відображено в працях зарубіжних вчених: С. Діпіаза, Р. Екклза [1], А.Н. Козирева та В.Л. Макарова [3], С. Ріда, Х.-Д. Шойермана [5], В.А. Супрун [6], Я. Фітц-енца [7], а також вітчизняних вчених: І.В. Жиглей [2], Л.В. Чижевська [9], Ж.О. Шульга [10].

Мета написання статті полягає у виявленні шляхів оприлюднення інформації про людський капітал та визначенні ролі звітності в процесах інформування суспільства як основи розробки рекомендацій з інтеграції бухгалтерської та соціальної звітності.

Викладення основного матеріалу. Кожне підприємство має власну мотивацію впровадження стратегії соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), аналіз та чітке усвідомлення того, що допомагає правильно побудувати процес звітування та отримати від нього переваг.

Компанії прагнуть зрозуміти, як підвищити ефективність від активного впровадження соціальних стандартів, щоб КСВ стала одним з елементів бізнес-стратегії і в той же час приносила користь.

Соціальна звітність порушує питання нематеріальної вартості бізнесу, зокрема, таких її аспектів, як репутація, лояльність споживачів, надійність, людський капітал, інноваційність. Складання відповідної звітності відіграє важливу роль у створенні та просуванні бренду компанії.

Компанією "Readers' Choice Award" була презентована ініціатива "Кращий звіт із КСВ на думку читачів", для підвищення зацікавленості користувачів та достовірності показників соціальних звітів компаній (за період 2008-2010 рр.). Результати цієї ініціативи свідчать про наступне:

- 86 % визнали тему "нефінансові звіти" актуальною для України;

- 55 % учасників були ознайомлені із соціальними звітами декількох компаній;

- кращими соціальними звітами були визнані звіти "ДПЕК", "СКМ", "ВОЛЯ", "Ernst&Young";

- 73 % підтримали ініціативу "Readers' Choice Award";

- 70 % учасників визнали своєчасність підготовки інтегрованого звіту компаніями України.

В Україні сформувалась група компаній лідерів соціального звітування, що визначають напрям його розвитку, виконуючи роль першопроходців. Соціальна звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн, проте має значний потенціал для розвитку.

Перший звіт із корпоративної соціальної відповідальності в Україні був підготовлений та опублікований у 2005 році компанією "Систем Капітал Менеджмент" (СКМ). Така ініціативність компанії дозволила їй посісти одне з ключових місць у сфері розвитку СВБ, і вже сьогодні компанія єдина серед вітчизняного бізнесу підготувала чотири соціальних звіти,

два з яких – за стандартами звітів в сфері стійкого розвитку. Перший звіт СКМ був переліком практик компанії, що входять до його складу, тоді як у звітах подальших років вже були оприлюднені показники як по СКМ цілому, так і в розрізі конкретних компаній, що входять до складу промислово-фінансової групи.

В Україні компанії з національним капіталом визначають розвиток соціальної звітності, що є позитивним аспектом розвитку СВБ. З представництв міжнародних компаній "CocaCola", "ТНКВР", "Microsoft" звітували про соціальні аспекти діяльності в Україні; серед компаній з іноземним капіталом у статутному фонді – "Воля", "Галнафтогаз", "Київстар", "Астеліт" та інші.

Вартість підготовки повноцінного звіту компанії ставить на порядок денний питання про періодичність соціальної звітності в Україні. Так, деякі компанії лідери процесу звітування, обрали дворічний цикл звітування (компанії СКМ, ДПЕК, "Метнівест", "Оболонь"). Із зростанням культури користування звітами перехід на річний цикл підготовки звітів є неминучим.

Експертне онлайн-опитування українських компаній "Стан нефінансової звітності в Україні" [4], проведене у квітні-травні 2010 р. серед менеджерів, відповідальних за підготовку соціальних звітів в Україні, свідчить про те, що серед найбільших вигод, що приносить соціальне звітування:

- допомагає визначити ефективність управління програмами економічного, соціального впливу та впливу компанії на навколишнє середовище;

- полегшує зусилля управлінців у донесенні стратегії СВБ працівникам компанії;

- допомагає продемонструвати ринку свою зацікавленість проблемами довілля, економічного та соціального розвитку;

- допомагає покращити репутацію компанії на ринку;
- виступає одним із інструментів структуризації діалогу між компанією та групами впливу.

Отже, вітчизняні підприємства високо цінують не тільки репутаційні вигоди звітування, але й усвідомлюють важливість таких управлінських вигод, як покращення співпраці з партнерами, постачальниками, акціонерами, державними органами, працівниками.

Користувачі доволі скептично ставляться до процесу підготовки соціальної звітності у зв'язку із відсутністю законодавчого регулювання порядку формування та подання такої звітності. Тож компанії вільні в своєму виборі критеріїв звітності, що дозволяє компаніям розкривати в звітах тільки сприятливу для себе інформацію і уникати того, що свідчить про негативну динаміку або вважається занадто делікатною інформацією для її відображення в звітності.

Вітчизняні компанії повинні формувати таку звітність на регулярній основі, що свідчитиме про готовність і здатність компаній до безперервного удосконалення. Цьому повинно сприяти прийняття законодавчих вимог до підготовки соціальної звітності.

Оскільки компанії у звітах приділяють увагу питанням соціального впливу, зокрема умовам праці, розвитку людського капіталу або добродійним проектам, ці аспекти отримали найбільше відгуків від користувачів.

Результати опитування про плани розвитку соціальної звітності свідчать розширення меж звітності, збільшення обсягу наданої інформації, удосконалення каналів і методів поширення звіту та активну співпрацю з групами впливу для отримання більш ефективного зворотного зв'язку (рис. 1).

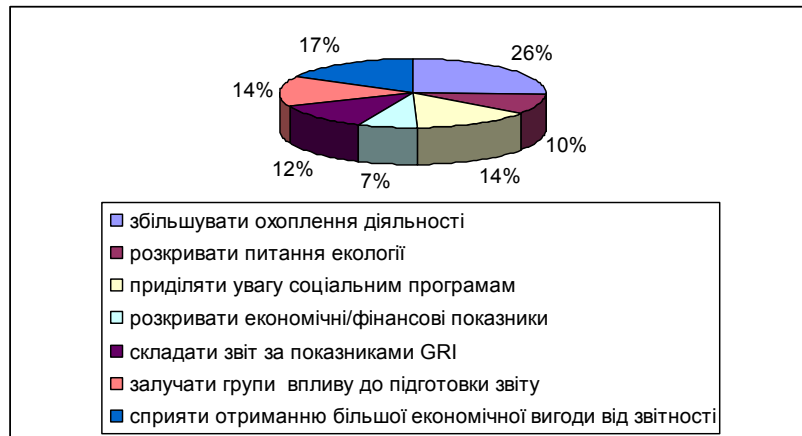


Рис. 1. Напрями розвитку соціальної звітності компаній в Україні [4, с. 43-53]

Розвиток соціального звітування залишається актуальним для України. Наявність кваліфікованого персоналу, здатного розробляти, впроваджувати стратегії СВБ та очолювати процес підготовки соціальної звітності, є недостатнім. Цей факт може стати прихованим гальмом поширення такої звітності в Україні. З іншого боку, здатність та спроможність груп впливу аналізувати, моніторити та вступати у діалог з компаніями, які звітують, є теж недостатньою. Без розвитку культури використання соціальної звітності серед державних органів, неурядових організацій, фахових асоціацій, ЗМІ, громад, інвесторів, працівників не можна очікувати якісного та кількісного збільшення соціальної звітності. Компанії, які звітують, повинні інвестувати у покращення навичок використання соціальної звітності та підвищення їх суспільного значення.

Національні традиції, тенденції у соціальній звітності лише починають формуватись. Компанії, які починають підготовку власних звітів, мають малу базу для порівняння та кількість можливих прикладів. Водночас слід звертати увагу на міжнародний досвід, де існує достатня кількість звітів та практик їх формування.

Більшість компаній, що звітують за соціальними аспектами своєї діяльності, мають український капітал або працюють лише на українському ринку. В країнах Східної Європи значну частку компаній, що звітують, складають національні підрозділи міжнародних компаній.

В соціальному звітуванні українські компанії обережно підходять до розкриття інформації про соціальні аспекти своєї діяльності. Звіти значно відрізняються як за обсягом наданої інформації, так і за глибиною її розкриття.

Проте соціальна відповідальність ставатиме частиною стратегії більшості компаній розглядатиметься наглядними радами та впроваджуватиметься на основі довгострокових планів; відбудеться покращення системності звітування компаній, поглиблення фаховості ознайомлених, зацікавлених та компетентних у соціальній відповідальності менеджерів та зростання рівня фахового діалогу між українським бізнесом, неурядовими та урядовими організаціями щодо соціально-економічного розвитку компаній.

Починаючи з 2008 р. в Україні щороку публікується журнал "Гвардія соціально відповідальних компаній" [8] для обміну існуючими практиками корпоративної соціальної відповідальності в компаніях і популяризації цього процесу в середовищі українського бізнесу.

Вітчизняні компанії спонукають до складання соціальних звітів глобалізаційні процеси, прагнення виходу на світові ринки, необхідність формування сталої репутації компанії в суспільстві.

Українські компанії використовують різні способи донесення інформації про те, як вони розуміють і реалізують на практиці концепцію соціально відповідального здійснення бізнесу:

- відображають у річних звітах окремим розділом;
- подають окремі відомості про кадрову політику;
- публікують соціальні звіти, що відрізняються як за виглядом, так і за змістом.

На жаль, компанії не мають єдиної мови та основ викладу інформації, тож порівняти інформацію, що міститься у звітах, складно. Тому компанії починають з

простих форм відображення інформації про соціально відповідальну діяльність, поступово розширюючи межі соціальної звітності. Разом з тим, включення вітчизняних компаній у світову економіку вимагає прийняття міжнародних стандартів соціальної звітності.

Недостатній досвід складання звітів зумовлює подання агрегованої інформації, що допомогла б оцінити внесок приватного сектора в економічний і соціальний розвиток країни. А це, як показує практика, було б важливо й корисно насамперед для самого бізнесу.

Проблемами при складанні соціальної звітності вітчизняних підприємств є:

- прихованість реальних відносин між підприємствами і суспільством;
- недостатня соціальна активність;
- наявність значного шкідливого соціального впливу;
- нестача інформації про соціальну складову діяльності;
- відсутність належного досвіду у складанні соціальної звітності.

З розвитком і становленням парадигми стійкого розвитку підприємства з'явилася потреба в такому бухгалтерському обліку, дані якого чітко показують взаємозв'язок впливу одного компоненту на інший в поточний період часу, і їх подальший вплив на інші компоненти в тривалому періоді діяльності підприємства. Саме бухгалтерський облік на підприємстві створює інформаційний продукт, який надалі використовують всі служби підприємства. Безперервне і оперативне вивчення інформаційного продукту бухгалтерським обліком має вирішальне значення для успішної реалізації програми стійкого розвитку, інакше управлінські рішення будь-якого рівня сповільняться через довготривалий збір початкової інформації. Все це дозволяє ухвалювати управлінські рішення в теперішньому часі з урахуванням довгострокової перспективи розвитку, зокрема і рішення щодо витрат на складові людського капіталу. Адже управління людським капіталом забезпечить підприємству конкурентні переваги, а саме:

- можливість наймати найкращих працівників;
- гордість співробітників за компанію, в якій вони працюють, а отже підвищена мотивація і зростання ефективності роботи;
- зменшення плинності персоналу, що скорочує витрати на найм та навчання кадрів (зокрема скорочення витрат, пов'язаних з наймом, проведенням співбесід та тренінгів для працівників, зниження продуктивності);
- заохочення інновацій, зменшення безпосередніх ризиків для самого бізнесу і збільшення його прибутковості.

Стратегічні і поточні проблеми, що виникають у компаній, вимагають безперервного діалогу з інвесторами, споживачами, постачальниками і співробітниками. Звітність є ключовим елементом, необхідним для побудови, підтримки і постійного розвитку взаємодії із зацікавленими сторонами. Звіти є інструментом інформування про економічні, екологічні і соціальні можливості компанії. Ця звітність здатна доповнити фінансові звіти інформацією, що відображає перспективи компанії і здатні покращити розуміння користувачем таких важливих факторів, що визначають вартість компанії, як формування людського

капіталу, корпоративне управління, управління екологічними ризиками і зобов'язаннями, а також інноваційний потенціал компанії.

Враховуючи інформацію, сформовану в системі бухгалтерського обліку, і те, що остання функціонує в суспільстві, націленому на покращення рівня життя кожного, суб'єкти господарювання, звітність яких відображає низький рівень їх соціальної відповідальності, будуть менш конкурентоздатними в умовах соціально-орієнтованої економіки. Це призведе до виникнення бажання щодо покращення власної соціальної політики, збільшення поточних витрат на соціальні і природоохоронні заходи підприємства.

Розвиток і удосконалення бухгалтерського обліку в рамках концепції стійкого розвитку підприємства, через соціальне звітування в загальній системі бухгалтерського обліку, є необхідним і першочерговим завданням при вирішенні цілого комплексу проблем стійкості.

Розв'язання цього завдання вимагає фахового діалогу між спеціалістами СВБ, фінансовими директорами, бухгалтерами та аудиторами в межах компанії. Важливою є співпраця на рівні української спільноти СВБ для обміну досвідом. Також необхідна поступова адаптація стандартів обліку на національному рівні. При побудові системи бухгалтерського обліку, націленої на забезпечення стійкого розвитку підприємств, повинні бути переглянуті існуючі нормативні акти щодо бухгалтерського обліку, зокрема П(С)БО, Закон "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", Інструкції і методичні рекомендації в області обліку, з метою встановлення орієнтирів для підприємств, які допомогли б виробити їм облікову політику, що вписується в парадигму стійкого розвитку підприємств.

Усі компанії, що здійснюють соціальне звітування, значну увагу приділяють сфері розвитку людського капіталу. Працівники для підприємств є справді важливим ресурсом. Так зокрема, ГК "Фокстрот" відмічає: "Основний актив холдингу – персонал"; приватна енергетична компанія "ДПЕК1" ("Донбаська паливно-енергетична компанія"): особливого значення набуває кваліфікація працівників, їх уміння швидко адаптуватися і сприймати нові знання і навички. Філософія компанії "Інтерпрайп" в області управління персоналом – це довгострокові інвестиції в персонал. У компанії "Астеліт" (оператор life:) найбільшу цінність становить людський ресурс.

Корпоративна соціальна звітність є способом відображення і аналізу інформації, що частково зачіпає людський капітал компанії, і набуває поширення у практиці вітчизняних підприємств.

Більшість проаналізованих компаній подає опис або хоча б згадку про участь своїх працівників у різноманітних тренінгах та програмах підвищення кваліфікації; у багатьох розроблена і прийнята об'єктивна система оцінки ефективності роботи та мотивації персоналу; розкрито інформацію про різноманітні соціальні вигоди для своїх працівників, гідне ставлення до них, створення безпечних умов праці.

Підприємства освоюють соціальну звітність як один з аналітичних інструментів, що зумовлено зв'язком між його результативністю і ключовими факторами, що визначають його цінність, такими як репутація, імідж бренду і людський капітал. Ця інформація розглядається користувачами звітності не тільки як пізнавальна, ексклюзивна, але й як така, що істотно розвиває і коригує бухгалтерські дані.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Перед підприємствами постає завдання забезпечити найбільш адекватну участь зацікавлених сторін в процесах соціальної звітності, повніше відобразити в звітах процеси і існуючі проблеми, зробити їх внесок в складання соціальної звітності реальним інструментом підвищення ефективності управління в сфері корпоративної соціальної відповідальності.

Соціальна звітність здатна надати важливу інформацію для аналізу бізнесу, що відсутня у фінансових звітах. Ця звітність здатна доповнити фінансові звіти даними, що відображають перспективи компанії і покращити розуміння користувачами факторів, що визначають вартість компанії, як людського капіталу, інноваційного потенціалу тощо.

Проте, повне виявлення зв'язків між фінансовою і соціальною звітністю вимагає значних зусиль в дослідженні зв'язків між показниками результативності, що використовуються в кожній з областей.

Бухгалтерська звітність підприємств розвивається у напрямі її інтеграції із соціальною звітністю з урахуванням соціально-економічної розвитку суспільства. Для впровадження зовнішньої інтегрованої звітності існують дві причини: 1) виступає ключовим елементом ухвалення стратегії стійкого розвитку, завдяки розкриттю можливостей і ризиків, що необхідно для підтвердження стійкості розвитку суспільства; 2) дозволяє донести до зацікавлених сторін інформацію про посилення корпоративного розкриття і прозорості діяльності підприємства.

Відкритою залишається проблема форми і змісту звітності підприємства, а також можливість її сприйняття та інтерпретації користувачами інформації. Тому перегляду потребують і підходи до складання інтегрованої звітності в частині забезпечення її повноти та достовірності, а також достатності інформації, що міститься у звітних формах, для прийняття рішень.

Обґрунтовано, що інтегрована звітність повинна забезпечити не тільки оцінку поточного стану діяльності підприємства, але і можливість прогнозування його роботи в майбутньому, а при розробці її змісту повинен бути посилений аналітичний аспект.

Список використаних літературних джерел:

1. *Дипиаза С.* Будущее корпоративной отчетности. Как вернуть доверие общества / С. Дипиаза, Р. Екклз. – М.: Альпина Габлицер, 2003. – 212 с.
2. *Жиглей І.В.* Бухгалтерський облік соціально відповідальної діяльності суб'єктів господарювання: необхідність та орієнтири розвитку [Текст]: монографія // І.В. Жиглей. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – 496 с.
3. *Козырев А.Н.* Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А.Н. Козырев, В.Л. Макаров. – М.: РИЦ ГШ ВС РФ, 2003. – 368 с.
4. Національний рейтинг соціально відповідальних компаній [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukraine3000.org.ua/news/8090.html>
5. *Рид С.* Финансовый директор как интегратор бизнеса / С. Рид, Х.-Д. Шойерман и группа mySAP ERP Financials. – Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 397 с.
6. *Супрун В.А.* Интеллектуальный капитал: Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке / В.А. Супрун. – М.: КомКнига, 2006. – 192 с.
7. *Фитценц Я.* Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической стоимости персонала: Пер. с англ / Я. Фитценц. – М.: Вершина, 2006. – 320 с.
8. Цілі розвитку тисячоліття. Україна 2010. Національна доповідь, Київ, 2010. – 108 с.
9. *Чижевська Л.В.* Соціальні відносини в системі бухгалтерського обліку // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – 2006. – № 3 (37). – С. 6-12.
10. *Шульга Ж.О.* Людський і соціальний капітал як результат і потреба розвитку сучасної економічної системи / Ж.О. Шульга // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу демократія. Економіка праці, соціальна економіка, політика. – 2008. – С. 159-162.

МАЛЮГА Наталя Михайлівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри теорії бухгалтерського обліку Національної академії статистики, обліку та аудиту.

ДАВИДЮК Тетяна Вікторівна – доктор економічних наук, доцент, директор Інституту обліку і фінансів, професор кафедри бухгалтерського обліку Житомирського державного технологічного університету.

Наукові інтереси:
– бухгалтерський облік у системі управління людським капіталом;
– моделі й методи прийняття управлінських рішень в аналізі та аудиті;
– управлінський облік;
– комп'ютеризація бухгалтерського обліку.

Стаття надійшла до редакції: 08.11.2012 р.