

3. Мостова Ю. У колі другому / Ю.Мостова // Дзеркало тижня. – 2005. – 1-7 жовтня. – № 38 (566). – С. 2.

4. Лексин В. Государство и регионы. Теория и практика государственного развития территориального развития / В. Лексин, А. Швецов. – М.: УРСС, 2000.

5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.

6. Эрхард Л. Благополучие для всех / Л. Эрхард. – М.: Дело, 2001.

7. Формування великого приватного капіталу в Україні / [О.Й. Пасхавер, Л.Т. Верховодова, Л.З.Суплін / Центр економічного розвитку]. – К.: Міленіум, 2004. – 90 с.

8. Территориально-производственные комплексы СССР. – М.: Экономика, 1981. – 168 с.

Надійшла до редакції 28.05.2010 р.

А.С. Коноваленко
*Відокремлений підрозділ
Запорізького інституту
економіки та інформаційних
технологій, м. Мелітополь*

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Визначено напрями удосконалення механізму оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу через уточнення проявів та розробку методики оцінки її рівня з урахуванням відповідності критеріїв оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу вимогам зацікавлених осіб.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, стейкхолдери, держава, критерії, принципи оцінки.

Определены направления усовершенствования механизма оценки уровня социальной ответственности бизнеса посредством уточнения проявлений и разработки методики оценки ее уровня с учетом соответ-

© А.С. Коноваленко, 2010

ствія критерієв оцінки рівня соціальної відповідальності бізнеса вимогам заінтересованих осіб.

Ключевые слова: соціальна відповідальність бізнеса, стейкхолдери, держава, критерії, принципи оцінки.

The article describes the ways of improving the mechanism of business social responsibility evaluation through clarification of social responsibility and development of methods of evaluation taking in consideration the appropriate criteria of social responsibility evaluation level corresponding to stakeholders.

Keywords: social responsibility of business, stakeholders, state, criteria, evaluation principals.

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в ринкових умовах впливає на розвиток транснаціональних корпорацій, малих та середніх підприємств, зміцнення їх співпраці з громадськістю, залучення до урядових програм; взаємодію політичних, соціальних та економічних суб'єктів, засновану на принципі соціального партнерства. Це дозволяє забезпечити стабільний поступовий розвиток окремих регіонів і держави в цілому та започаткування добровільної ініціативи підписання Глобального договору ООН з метою налагодження співпраці у соціальній сфері та сфері захисту навколишнього середовища. Проте на даному етапі в Україні соціальна відповідальність бізнесу виступає як одноразова акція з метою створення позитивного іміджу в суспільстві на загальнонаціональному та регіональному рівні. Соціальна стратегія бізнесу повинна формуватись як довгострокова стратегія дій компанії щодо своїх працівників та щодо суспільства в цілому. З цим пов'язана необхідність використання позитивного світового досвіду з урахуванням вітчизняних особливостей ведення бізнесу, що може визначити ефективні шляхи до подальшого розвитку української економіки.

Підприємства є основою соціально-економічної діяльності для широкого кола соціальних, економічних та адміністративних суб'єктів. Вітчизняні науковці присвятили свої дослідження теоретико-методологічним та практичним основам урахування принципів концепції соціальної відповідальності бізнесу в різних аспектах діяльності підприємств. У числі таких М. Гончарова, О. Мартякова, В. Щербак, Н. Водницька, О. Бабич, М. Губська, Ф. Євдокимов, Л. Коновалов, М. Корсаков, І. Соболева, І. Тросніков, К. Черновий, В. Якірець. Принцип соціальної відповідальності визначає роль

підприємств у формуванні соціальної сфери соціально-виробничого комплексу міста та регіону. Але проведений аналіз [1-3 та ін.] свідчить про недостатньо повне розкриття цього питання та необхідність удосконалення механізму оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу. Під механізмом оцінки розуміється комплекс методів, методик, принципів та критеріїв оцінки рівня соціальної відповідальності.

Метою статті є визначення напрямів удосконалення механізму оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу через уточнення основних проявів соціальної відповідальності та розробку методики оцінки її рівня з урахуванням відповідності критеріїв оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу вимогам зацікавлених осіб.

Як суб'єкт бізнесу логічно розглядати підприємство як самостійний суб'єкт господарювання, створений для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом системного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності.

Удосконалення механізму оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу доцільно здійснювати через уточнення основних проявів соціальної відповідальності та розробку методики оцінки її рівня, а саме визначення основних принципів та критеріїв оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу; розрахунок інтегрального показника та розробку напрямів застосування методики. Критерії оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу повинні відповідати вимогам зацікавлених осіб та задовольняти їх прагнення отримувати об'єктивну інформацію про спрямованість діяльності організації та її результати.

Серед значної кількості стейкхолдерів на діяльність підприємства найзначніше впливає держава. Державні органи влади, виконуючи свої функції, регулюють діяльність підприємств, встановлюють межі цього регулювання, забезпечують інформаційний простір та контролюють ступінь виконання підприємцями встановлених чинним законодавством норм та обмежень. Вплив інших стейкхолдерів, до числа яких входять працівники підприємства, суспільство, партнери по бізнесу, не мають чітко визначеної системи дій та обмежується інформуванням керівництва підприємства про зміст актуальних проблем, прагнучи залучити бізнес до їх вирішення. Враховуючи інтереси зацікавлених осіб і межі державного регулювання діяльності, підприємство розробляє систему захо-

дів соціальної відповідальності. Комплекс цих заходів складається як з обов'язкових, так і з добровільних дій керівництва.

Проведений аналіз свідчить про те, що керівництво підприємства не відчуває позитивного впливу держави з метою стимулювання соціальної відповідальності бізнесу навіть у випадку абсолютного дотримання встановлених норм та виконання всіх вимог: реакція держави на діяльність підприємства залишається нейтральною, тобто сприймається за норму. Не підтримується прагнення підприємця дотримуватись встановлених норм та розширювати добровільно межі соціальної відповідальності за власний рахунок та за власною ініціативою. Реакція з боку органів державної влади або нейтральна – у випадку коли норми чинного законодавства дотримано, або негативна – у випадку порушення законодавчих норм.

Така ситуація не відповідає теоретичним засадам сучасного менеджменту (теоріям мотивації). Тобто дотримання підприємствами встановлених державою норм підвищує рівень соціальної відповідальності підприємства, але не має під собою позитивного мотивуючого впливу.

Необхідність позитивного стимулювання будь-яких управлінських процесів доведена теорією та практикою менеджменту. Впровадження пільг різного роду, рейтингова оцінка та визначення досягнень підприємств у галузі соціальної відповідальності з боку органів державної влади та місцевого самоврядування можуть служити чинниками позитивного стимулювання соціалізації бізнесу.

Розробка критеріїв оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу дозволить уніфікувати інформацію про соціальну спрямованість діяльності підприємств та організацій. Це, в свою чергу, дозволить представникам зовнішнього середовища (органам державної влади, потенційним інвесторам, працівникам, партнерам по бізнесу, громаді) робити об'єктивні висновки про рівень соціальної відповідальності суб'єкта господарювання. Процедура оцінки рівня соціальної відповідальності може бути спрощена за рахунок впровадження стандартних форм соціальної звітності.

На сьогодні в Україні збільшується кількість підприємств, які підтримують рух за розповсюдження соціальних звітів. Нами спростовується обов'язковість впровадження єдиного стандарту соціальної звітності. Вважається доцільним складання такої форми звітності лише за ініціативою керівництва підприємств. Необхід-

ним є забезпечення можливості отримувати інформацію про показники діяльності підприємства без створення єдиних форм та стандартів соціальних звітів. Вихідними даними для оптимальної методики оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу повинні бути відомості, відображені в статистичній, фінансовій та податковій звітності підприємства, які систематично укладаються підприємствами та подаються до відповідних органів.

З метою розробки моделі оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу визначено показники діяльності підприємства, які характеризують рівень соціальної відповідальності бізнесу, їх поділено на дві групи:

показники, які прямо впливають на рівень соціальної відповідальності бізнесу;

показники непрямого (опосередкованого) впливу на показники рівня соціальної відповідальності.

Серед значної кількості показників діяльності підприємства, з огляду на його активну соціально відповідальну позицію, більшість показників опосередковано впливають на інтегральний показник її рівня. До того ж прямо на рівень соціальної відповідальності впливають ті показники, за якими можна здійснити кількісну та якісну оцінку, а саме:

показники, які характеризують результати виробничо-господарської діяльності організації, умови, що визначають досягнуті параметри економічного розвитку;

показники оцінки споживачами якості продукції та послуг компанії;

дотримання податкового законодавства, своєчасність, повнота розрахунків із бюджетом і позабюджетними фондами;

показники обсягів і структури соціальних витрат компанії, динаміка їх змін за роки ринкових реформ;

дотримання норм чинного законодавства України, виконання так званих «мінімальних соціальних стандартів»;

показники, які характеризують створення нових робочих місць, перекваліфікацію кадрів, працевлаштування вивільнених працівників, реструктуризацію виробництва і вирішення проблем, які виникають у зв'язку з цим;

показники існуючої системи оплати праці в організації, її ролі в мотивації добросовісної, ефективної та творчої праці;

показники, що характеризують напрями, форми і масштаби корпоративної благодійної політики організації;

показники наявності та результатів виконання компанією спеціальних екологічних програм.

Показники діяльності підприємства зі створення безпечних умов праці, зміцнення здоров'я людей прямо не впливають на показник рівня соціальної відповідальності бізнесу, а обумовлюють показники продуктивності праці та результати фінансово-господарської діяльності підприємства. На рівень соціальної відповідальності бізнесу значно впливають показники його основної діяльності, що відповідає позиції теоретиків (М. Фрідмана, П. Друкера, Г. Форда), які стверджують, що основною соціальною задачею підприємства є ефективне здійснення своєї основної діяльності.

З метою обчислення інтегрального показника рівня соціальної відповідальності необхідно брати до уваги саме показники прямого впливу та здійснювати оцінку за запропонованим алгоритмом (див. рисунок).

Вважаємо доцільним оцінку рівня соціальної відповідальності бізнесу здійснювати на основі загальних принципів, до яких пропонується віднести такі.

1. Принцип вибірковості. Оцінці рівня соціальної відповідальності підлягають підприємства та організації, юридичні особи та суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють комерційну діяльність незалежно від форми власності та системи господарювання. При цьому має значення рівень конкуренції в галузі, тому що оцінювати рівень соціальної відповідальності підприємства з монополюльним становищем на ринку не є доцільним.

2. Принцип порівнянності. З метою уніфікації показників соціальної активності доцільним є використання сукупності відносних показників, тому що порівняння абсолютних показників не дасть можливості робити висновки про об'єктивний стан речей. Саме відносні показники дозволять здійснити об'єктивне порівняння досягнень різних організацій у соціальній сфері. Крім того, з позиції визначення рівня соціальної відповідальності бізнесу важливим є не аналіз наявних ресурсів підприємства, а ефективність їх використання. Тому при обчисленні інтегрального показника рівня соціальної відповідальності мають бути враховані показники якісної, а не кількісної оцінки.

3. Принцип обґрунтованості. Необхідно брати до уваги лише ті показники, які опубліковані офіційно або відображені у фінансовій та статистичній звітності підприємства. Це забезпечить пра-

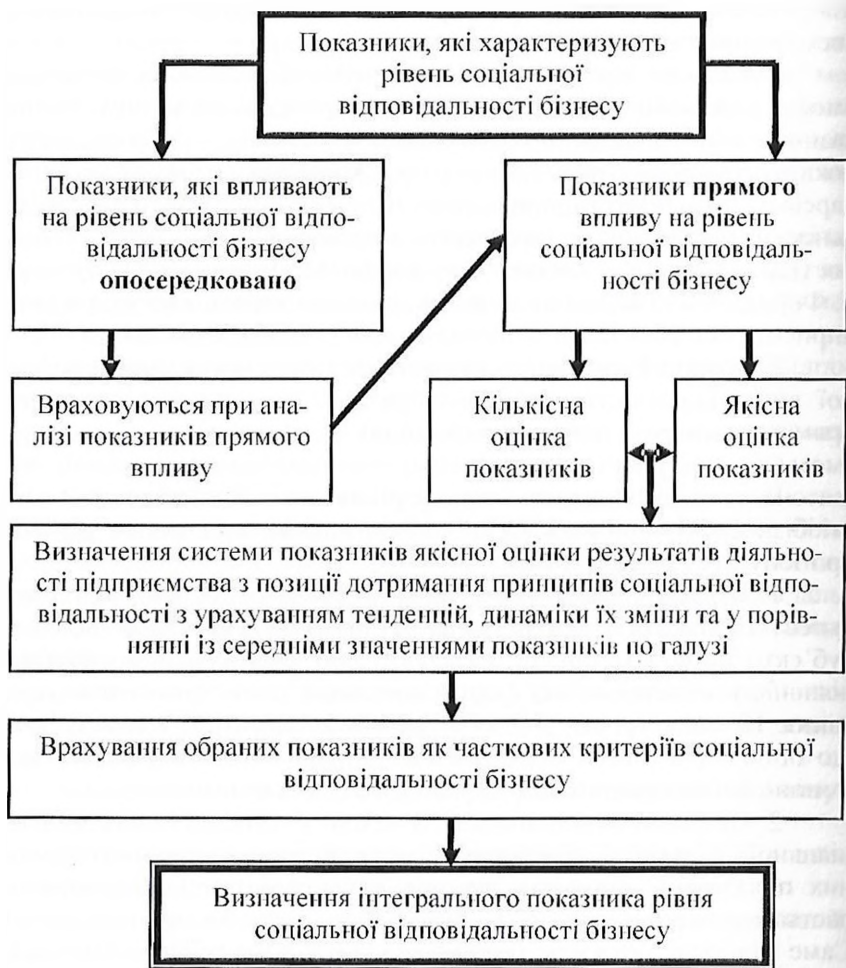


Рисунок. Алгоритм визначення показника рівня соціальної відповідальності бізнесу

вдивість та об'єктивність висвітлення інформації щодо соціальної відповідальності організації. Спеціально підготовлені соціальні звіти безперечно більш широко розкривають соціальну значущість діяльності підприємства. Однак у практиці не існує єдиного стандарту соціальної звітності підприємства, тому діяльність підприємства може бути представлена так, як її вигідно показати керівництву. Гарантій, що надана таким чином інформація буде відпо-

відати дійсності, немає, а порівняння таких соціальних звітів відбуватиметься суб'єктивно на підставі особистих думок експертів.

4. Принцип урахування існуючих тенденцій. Для оцінки тенденцій зміни соціального спрямування діяльності підприємства доцільно аналізувати окремі показники в динаміці по роках та враховувати існуючі тенденції. Такий аналіз дозволить урахувати стан економіки держави та вплив макроекономічних показників на діяльність підприємств незалежно від галузевої приналежності. На сьогодні тенденція погіршення окремих фінансово-економічних показників підприємств пов'язана з проявами глобальної фінансової кризи, політичної нестабільності, інфляційними процесами. Ці чинники негативно впливають на діяльність всіх без винятку підприємств та організацій незалежно від виду діяльності та форми власності, що закономірно спричиняє зниження рівня їх соціальної відповідальності.

5. Принцип галузевої приналежності. При аналізі рівня соціальної відповідальності об'єднань підприємств або холдингів, які включають декілька напрямів діяльності, необхідно враховувати показники окремих галузевих напрямів. До того ж необхідно враховувати, що різні підприємства здійснюють свою діяльність в різних галузях економіки, а кожній з них властиві різні ризики (фінансові, кліматичні, інвестиційні, портфельні тощо). Для підприємств металургійного, нафтопереробного комплексу, аграрного сектору заходи щодо захисту навколишнього середовища, встановлення очисних споруд та використання екологічно безпечних матеріалів і сировини мають велике значення та регулюються державою. Однак для організацій фінансового сектору або соціальної сфери значущими будуть вважатись економічні та соціальні ризики.

Враховуючи наявність певних особливостей у різних сферах економіки, пропонується оцінювати показники рівня соціальної відповідальності бізнесу незалежно від того, чи є вони обов'язковими (встановленими державою нормами), чи реалізуються за ініціативою керівництва бізнес-одиниці (показники рівня добровільної соціальної відповідальності). Цього можна досягти за рахунок порівняння окремих показників з його середнім рівнем по галузі. Такий підхід дозволить врахувати специфіку діяльності підприємств різних галузей та порівнювати рівень соціальної відповідальності підприємств різних видів діяльності.

Наведені принципи формують основу методики проведення оцінки рівня соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу.

На підставі результатів проведеного дослідження зроблено такі висновки.

1. На даному етапі в Україні соціальна відповідальність бізнесу розглядається як засіб створення позитивного іміджу в суспільстві на загальнонаціональному та регіональному рівнях. Проведені дослідження свідчать про необхідність удосконалення механізму оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу.

2. Критерії оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу повинні відповідати вимогам зацікавлених осіб та задовольняти їх прагнення отримувати об'єктивну інформацію про спрямованість діяльності організації та її результати. Розробка критеріїв оцінки рівня соціальної відповідальності бізнесу дозволить досягти уніфікації інформації про соціальну спрямованість діяльності підприємств та організацій.

3. Визначено показники діяльності підприємства, які поділено на групи прямого та опосередкованого впливу. Виявлено, що серед значної кількості показників діяльності підприємства, з огляду на його активну соціально відповідальну позицію, більшість показників опосередковано впливають на інтегральний показник її рівня. А найсильніше на рівень соціальної відповідальності бізнесу впливають показники його основної діяльності, які і є кінцевим критерієм оцінки управління підприємством.

4. Обчислення інтегрального показника рівня соціальної відповідальності необхідно здійснювати на основі показників прямого впливу за запропонованим алгоритмом на основі загальних принципів, до яких віднесено принципи вибірковості, порівнянності, обґрунтованості, принцип урахування існуючих тенденцій та принцип галузевої приналежності.

Література

1. Кишан В., Нецадин А. Методика оценки эффективности корпоративной социальной политики (социальных инвестиций и социального партнерства) [Электронный ресурс] // Человек и труд. – 2009. – №5. – Режим доступа: <http://chelt.ru>.

2. Борис О.А., Борис Д.Г. Оценка социальной ориентированности развития экономических систем разного уровня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sciense.ncstu.ru>.

3. Методы оценки эффективности развития социальных систем: теоретико-измерительные проблемы [Электронный ресурс] // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – №6(171). – Режим доступа: <http://fin-izdat.ru>.

Надійшла до редакції 29.05.2010 р.

О.А. Коршикова

*Відокремлений підрозділ
Запорізького інституту
економіки та інформаційних
технологій, м. Мелітополь*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Виваженено сучасні проблеми надання інформації у фінансовій звітності в період адаптації нормативної бази до міжнародних вимог, проведено порівняльний аналіз вимог Міжнародних стандартів та П(С)БО до подання інформації у фінансовій звітності.

Ключові слова: фінансова звітність, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, положення (стандарти) бухгалтерського обліку.

Освещены современные проблемы предоставления информации в финансовой отчетности в период адаптации нормативной базы к международным требованиям, проведен сравнительный анализ требований Международных стандартов и П(С)БО к представлению информации в финансовой отчетности.

Ключевые слова: финансовая отчетность, международные стандарты бухгалтерского учета, положение (стандарты) бухгалтерского учета.

The article highlights today's problems concerning providing of the information in financial reporting in the period of adaptation of the normative base to the international requirements, a comparative analysis of the International standards and accounting standards requirements to providing of the information in financial reports was carried out.

Keywords: financial reporting, international standards of accounting, provisions (standards) of accounting.