

НУБІП України

НУБІП України

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

НУБІП України

11.06 - МКР. 1593 «С» 2023.10.31. 031. ПЗ

КОВАЛЬЧУК КАТЕРИНИ ОЛЕГІВНИ

НУБІП України

2023 р.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Економічний факультет

УДК 657:658.17

ПОГОДЖЕНО
Декан економічного факультету

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ
В.о. завідувач кафедри статистики та
економічного аналізу

_____ (підпис)

Анатолій ДІБРОВА

_____ (підпис)

Андрій МУЗИЧЕНКО

« » 2023 року

« » 2023 року

МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

*«Обліково-аналітичне забезпечення управління соціальною відповідальністю
бізнесу»*

Спеціальність 071 – Облік і оподаткування
(код і назва)

Освітня програма «Облік і аудит»
(назва)

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Гарант освітньо-
професійної програми

к.е.н., доцент

_____ (підпис)

Тамара ГУРЕНКО

Керівник
магістерської
кваліфікаційної роботи
к.е.н., доцент

_____ (підпис)

Тетяна КУЦЬ
(ШБ керівника)

Виконав

_____ (підпис)

Катерина КОВАЛЬЧУК
(ШБ студента)

Київ - 2023

ЗМІСТ	
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	5
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ, БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ	5
1.1. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та історія виникнення	5
1.2. Стратегії соціальної відповідальності бізнесу	11
1.3. Облік та аналіз соціально відповідальної діяльності як основа управління підприємством	15
Висновки до першого розділу	21
РОЗДІЛ 2	23
ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ	23
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Cygnets»	23
2.2. Методичні засади організації соціального обліку на ТОВ «Cygnets»	28
2.3. Методика формування соціальної звітності підприємства	32
2.4. Генерування інформації щодо соціальної діяльності засобами стратегічного обліку	35
Висновки до другого розділу	39
РОЗДІЛ 3	40
АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ БІЗНЕСУ	40
3.1. Методичні прийоми аналізу соціальної відповідальності бізнесу	40
3.2. Фактори впливу на ефективність соціальної діяльності підприємств	42
3.3. Аналіз використання коштів на соціальні ініціативи	43
3.4. Узагальнення матеріалів аналізу і контролю для прийняття управлінських рішень щодо удосконалення соціальної відповідальності бізнесу	50
Висновки до третього розділу	54
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ	60

НУБІП України

ВСТУП

Сучасне суспільство все більше усвідомлює важливість соціальної відповідальності підприємств. Громадські організації, споживачі та інші зацікавлені сторони вимагають від компаній активно приймати участь у рішенні соціальних проблем і бути частиною позитивних змін у суспільстві.

Підприємства, які володіють високими стандартами соціальної відповідальності, зазвичай мають кращу репутацію серед споживачів і інших стейкхолдерів. Це може сприяти залученню нових клієнтів, покращенню стосунків із партнерами та підвищенню конкурентоспроможності.

Сучасний бізнес стикається з різними глобальними проблемами, такими як зміна клімату, нерівність, бідність та інші соціальні виклики. Підприємства мають відчувати відповідальність за вирішення цих проблем і можуть грати ключову роль у спільному напрямку на шляху до сталого розвитку.

Підприємства, які інтегрують соціальну відповідальність у свою стратегію, можуть отримати конкурентні переваги. Це може включати в себе доступ до нових ринків, доступ до інвестицій та підвищення лояльності споживачів.

Багато вчених, таких як І.О. Ворончак, О.П. Гоголя, Р.В. Жиглей, І.В. та інші, внесли значний внесок у дослідження проблем формування обліково-аналітичного забезпечення системи управління підприємством та теорії соціальної звітності.

Метою даної дипломної роботи є дослідження теоретичних основ концепції соціальної відповідальності бізнесу та визначення облікових аспектів соціально відповідальної діяльності як інформаційної основи для забезпечення сталого розвитку підприємства. Для досягнення цієї мети передбачено розв'язання таких завдань: розгляд сутності соціально відповідальної діяльності, аргументація важливості використання обліку соціально відповідальної діяльності в системі управління, теоретичні питання

удосконалення обліку соціально відповідальної діяльності, розробка методики нормування витрат на соціально відповідальну діяльність, а також створення системи показників та методики економічного аналізу соціально відповідальної діяльності.

Об'єктом дослідження виступає діюча система обліку і аналізу соціально відповідальної діяльності на прикладі ТОВ «Сугнет», а **предметом** дослідження є методика та організація системи обліку і аналізу соціально відповідальної діяльності.

Для проведення дослідження були використані наукові **методи**, такі як абстракція, індукція, дедукція, аналіз та синтез, порівняння, вибіркоче обстеження та групування. Інформаційною базою для дослідження служили законодавчі акти України, нормативна документація, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку, наукові праці вітчизняних та зарубіжних економістів, матеріали науково-практичних конференцій, державна статистика та облікові дані ТОВ «Сугнет».

Практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що вони дозволяють розробити основні напрямки та конкретні рекомендації щодо удосконалення методики обліку соціально відповідальної діяльності, методики проведення аналізу, а також покращити інформаційну та контрольну функцію обліку у управлінні соціально відповідальною діяльністю.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження було апробовано в ході написання тез:

- «Аналіз витрат на соціальну відповідальність як елемент ефективної діяльності підприємства.» VII Всеукраїнська студентська науково-практична онлайн-конференція «Облік, оподаткування, контроль та аналіз: виклики та загрози в умовах воєнного стану». (23 березня 2023 р.)

- «Соціально відповідальний бізнес в Україні: характерні риси та тенденції розвитку в умовах війни.» для студентської науково-

РОЗДІЛ 1

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ, БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

1.1. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність та історія виникнення

Соціальною відповідальністю бізнесу називають концепцію, за якої компанії вирішують взяти на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на суспільство і навколишнє середовище. За останні декілька десятиліть алгоритми реалізації концепції соціально відповідального бізнесу активно розвиваються у провідних країнах світу. Цінність такої діяльності вимагає створення ефективної системи для інформаційного та аналітичного супроводу управління, включаючи соціальний облік та нефінансову звітність.

До 2022 р. в Україні активно досліджувалися теоретичні та практичні засади концепції соціальної відповідальності бізнесу. Для ведення соціально відповідальної діяльності підприємства важливим є впровадження адекватної комплексної системи інформаційно-аналітичного забезпечення управління бізнесом та організація ведення соціального обліку, розбудова внутрішніх процесів нефінансового звітування [4]. При цьому результати досліджень Руденко О., Кондратюка О., Горєвої А.С. свідчать, що українська практика ведення соціального обліку та складання нефінансової звітності відставала від зарубіжних компаній як за кількістю, так і якістю звітів. Така ситуація була обумовлена відсутністю єдиного нормативно-правового регулювання соціального обліку та нефінансової звітності, не достатнім рівнем розробки національних системних підходів обліку та методологічного інструментарію для складання нефінансової звітності, які необхідні для моніторингу результатів реалізації концепції соціально-відповідального бізнесу.

У таблиці 1.1 наведені основні підходи до трактування поняття «соціальна відповідальність бізнесу»

Таблиця 1.1

Аналіз підходів до тлумачення поняття

«соціальна відповідальність бізнесу»

Джерело інформації	Визначення поняття
Міжнародний стандарт ISO26000	Соціальна відповідальність бізнесу – це та діяльність на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки.
Зелена книга Європейського союзу	Соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі.
Стратегія розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року	Соціальна відповідальність бізнесу – це свідоме відношення суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків своєї діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників.

Джерело інформації: [3]

Як свідчить проведене нами дослідження наукової літератури, поняття «соціальна відповідальність бізнесу» виникло після проведення всесвітнього економічного форуму в Давосі у 1971 році. Генеральним секретарем ООН Кофі Ананом було виконане звернення до лідерів найбільших в світі корпорацій, що містило заклик до приєднання до міжнародної ініціативи (Глобального договору), в рамках якого створювалися умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля. Спираючись на перевагу спільних дій, Глобальний договір поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу,

забезпечення його участі у вирішенні найгостріших проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору в співпраці з іншими соціальними партнерами, зміг би сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки [14].

З 2006 року в Україні діє місцевий відділ Глобального договору, який об'єднав понад 160 учасників, серед яких як вітчизняні та міжнародні корпорації, так і малі та середні підприємства, освітні заклади, громадські організації та інші. Десять принципів Глобального договору, що стосуються прав людини, трудових норм, екології та антикорупційних заходів визначають основні норми етичної поведінки у бізнесі. Участь у цьому договорі є добровільною, але компанії повинні регулярно звітувати про виконання його принципів. Протягом перших десяти років до цієї ініціативи долучилося більше 8000 учасників з понад 130 країн.

У листопаді 2007 р. Україна активно почала співпрацю з міжнародною експертною групою з питань створення міжнародного стандарту ISO 26000, присвяченого соціальній відповідальності. І вже у 2010 році було прийнято даний стандарт.

Показники соціальної відповідальності бізнесу можна розподілити за наступними критеріями:

Витрати в рамках організації, що охоплюють:

- догляд за здоров'ям і заохочення здорового способу життя;
- соціальну підтримку родин та переваги для працівників;
- допомогу в отриманні житла для співробітників;
- підтримка працівників-ветеранів;
- освіти і розвиток персоналу;
- забезпечення безпеки на роботі та дотримання екологічних

стандартів.

Витрати на соціальні ініціативи за межами організації, включаючи:

• впровадження соціальних програм на основі двосторонніх угод з урядом області;

• соціальні проекти, які виходять за рамки угод з місцевою владою.

Серед основних ознак соціальної відповідальності виділяють:

• добровільність;

• інтегрованість у бізнес-стратегію організації, компанії;

• системність;

• користь для всіх зацікавлених сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, громади. [14]

Соціальна відповідальність бізнесу не обмежується благодійністю, а має певні стратегії, що варіюються в залежності від підприємства та його інтересів. Показники оцінювання або рейтинги соціальної відповідальності віддзеркалюють ступінь соціальної активності підприємств в межах визначеної системи оцінювання. Кожна система оцінки соціальної діяльності бізнесу базується на аналізі соціальних заходів та їх відповідності ключовим принципам соціальної відповідальності в конкретній компанії, галузі чи регіоні.

Існує кілька рівнів соціальної відповідальності бізнесу (перший, другий, третій). Базовий рівень відповідальності передбачає своєчасне сплату податків, виплату заробітної плати та, якщо можливо, створення нових робочих місць чи збільшення штату. Наступний рівень соціальної відповідальності бізнесу стосується забезпечення працівників гідними умовами роботи та життя: підвищення кваліфікації, профілактичні обстеження, будівництво житла та розвиток соціальних послуг. Цей підхід можна назвати "корпоративною відповідальністю". Третій рівень полягає у благодійності. Коли мова йде про корпоративну соціальну відповідальність, до уваги беруться такі аспекти: безпека на роботі, стабільність зарплати, соціально важливий розмір заробітної плати, додаткове медичне та соціальне страхування персоналу, розвиток людських ресурсів через навчальні програми

та підвищення кваліфікації, а також підтримка працівників у важких життєвих обставинах [7].

Соціальна відповідальність бізнесу позитивно впливає на взаємодію корпорації та навколишнього середовища. Серед наслідків, які може отримати фірма виділимо:

Інвестиції. Нині існує численна група інвесторів, що спрямовують кошти виключно в компанії, що демонструють соціальну відповідальність.

Залучення талантів. Згідно недавнім дослідженням UNICEF, 40% молоді відомо, що таке соціальна відповідальність бізнесу. 48% опитаних бажають долучитися до корпоративного волонтерства у майбутньому місці роботи [16].

Конкурентна перевага. Споживачі іноді готові заплатити трохи більше за соціально відповідальний продукт. При однакових умовах вони, найімовірніше, віддадуть перевагу тому, що слідує принципам КСВ.

У своїх роботах Затеїщикова О.О. виділяє соціальні, економічні, політичні та технологічні фактори, що впливають на розвиток та втілення соціальної відповідальності підприємства в сучасних умовах. Більш детальне висвітлення складових факторів наведені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Основні фактори впливу на рівень соціальної відповідальності бізнесу та їх складові

Соціальні	Економічні	Політичні	Технологічні
Зростаюча стурбованість станом навколишнього середовища та демографічною ситуацією	Зростаюча інтенсивність конкуренції	Активна участь державної політики щодо використання принципів соціальної відповідальності	Швидка зміна технологій
Рівень освіти та культури	Рівень доходів та добробуту	Пропаганда соціальної відповідальності в рамках сфери впливу	Чесні практики маркетингу, інформування та укладення договорів

Джерело інформації: [3]

Фактори згруповані у чотири основні групи. Соціальні фактори включають в себе зростаючу стурбованість громадськості щодо стану навколишнього середовища, демографічних проблем та рівня освіти та культури населення. Економічні фактори акцентують увагу на зростанні інтенсивності конкуренції та загальному рівні доходів та добробуту суспільства. Політичні чинники відображають роль державної політики в просуванні принципів соціальної відповідальності, а також активність пропаганди цих ідей. Технологічні фактори підкреслюють швидкість змін в технологіях та їх вплив на чесність практик маркетингу та договірних відносин.

Якщо припустити, яка група факторів найбільш впливова для підприємства, то з огляду на сучасний ринковий контекст можна сказати, що економічні фактори, особливо зростання інтенсивності конкуренції, можуть мати особливу важливість. Підприємства вимушені шукати конкурентні переваги, і соціальна відповідальність може стати одним із способів виділитися на ринку та залучити більше клієнтів.

Звичайно, кількість та різноманітність факторів може доповнюватись у зв'язку з тими чи іншими обставинами. Оцінка рівня соціальної відповідальності бізнесу здійснюється на основі розрахунків отриманих показників діяльності корпорації (кількісні та якісні методи), розрахунок показників добровільної соціальної відповідальності бізнесу. Економічні показники також враховуються для формування адекватного бачення існуючої ситуації [4].

Крім перерахованих факторів, можемо виділити зовнішні й внутрішні критерії формування соціальної відповідальності бізнесу. Внутрішні фактори суб'єктивніші, вони мають більше особливостей, пов'язаних з поведінкою працівників на робочому місці. Великі організації більшу увагу приділяють стратегічному плануванню, зв'язкам з громадськістю, ніж маленькі корпорації, що сприяє швидкому зростанню представленої економічної одиниці. Іншими словами, ефективність впровадження принципів соціальної відповідальності

бізнесу сильно залежить від рівня актуальності формування етапів реалізації відповідної стратегії.

1.2. Стратегії соціальної відповідальності бізнесу

Соціальна відповідальність бізнесу зазвичай реалізується через різні стратегії та підходи. Кожне підприємство самостійно вирішує, в якому векторі потрібно розвиватись, але обрана стратегія насамперед повинна відповідати меті підприємства. Це стосується й стратегії соціальної відповідальності бізнесу, генеральною метою якої є дотримання вищих соціальних стандартів, стандартів операційної та виробничої діяльності. Так, в умовах, що склалися, стратегічною метою багатьох організацій є підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі створення конкурентних переваг та отримання в результаті високого прибутку [3].

Етапи процесу розробки стратегії соціальної відповідальності бізнесу може значно відрізнитись за різними критеріями. Дослідники А.Темпсон та А.Стрикленд [11] встановили наступну послідовність етапів процесу розробки стратегії: зовнішній аналіз обставин, оцінка зовнішніх обставин щодо організаційних факторів, внутрішній аналіз, визначення цілей корпорації, аналіз альтернатив, остаточне рішення та втілення в реалізацію.

Послідовність етапів, можна побачити таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Послідовність етапів формування соціальної відповідальності на підприємстві

№	Етап
1	Визначення місії та бачення СВБ
2	Формування системи цілей СВБ
3	Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища
4	Оцінка рівня соціальної відповідальності
5	Аналіз альтернатив і вибір стратегій

Джерело інформації: [3]

Як вже було зазначено, правильно підібрана стратегія позитивно впливає на імідж підприємства. Вектор обраної СВБ традиційно торкається таких сторін функціонування суспільства, як:

- Здоров'я населення (громади).
- Екологічна діяльність.
- Економічна/політична діяльність.
- Гуманістична діяльність.
- Задоволення потреб споживачів.

Підприємства посилюють соціальну підтримку своїх працівників, вводячи додаткові компенсаційні пакети та розширюючи можливості внутрішньої соціальної інфраструктури. Вони вводять глибоку співпрацю з місцевими органами для проведення заходів, спрямованих на покращення здоров'я громадян та розвиток регіональної інфраструктури, що уможливорює реалізацію різноманітних проектів на користь громади.

Важливе місце займає ділова етика, що визначає основи взаємодії підприємства з його бізнес-партнерами. Екологічна діяльність підприємств не обмежується лише дотриманням законодавчих норм, але також включає добровільні ініціативи з охорони навколишнього середовища та раціонального використання ресурсів. Крім того, особливий акцент робиться на виробництво високоякісної продукції, відповідно до світових стандартів, із застосуванням екологічно безпечних технологій і матеріалів. Дотримання соціальних, екологічних та корпоративних стандартів може допомогти підприємству уникнути правових позовів, штрафів та негативної публічної уваги.

Концепція, яка висвітлює зв'язок соціальних та екологічних наслідків господарської діяльності підприємства на певні зацікавлені групи та суспільство взагалі, є ключовим аспектом корпоративної соціальної відповідальності.

При реалізації соціально-відповідального бізнесу використовують ряд стандартів звітності, які відповідають основним принципам соціального обліку, аудиту та подання звітів:

— стандарт відповідальності інституту AccountAbility (Інститут Соціального та Етичного обліку) AA1000, заснований на принципі звітності за три основні показники (3BL) Джона Елкінгтона;

— облік системи звітності, пов'язаної із сталістю;

— керівництво зі звітності згідно принципів сталого розвитку Всесвітньої ініціативи зі звітності;

— керівництво з моніторингу Verite;

— Міжнародний стандарт соціальної відповідальності SA8000;

— Сертифікація (стандарт), наприклад, для готелів — Green Key;

— Стандарт екологічного управління ISO 14000;

— Глобальний договір ООН сприяє підготовці компаніями звітів у формі інформації про виконання. Звіт про виконання відображає впровадження компанією десяти базових принципів договору корпоративної відповідальності та розкриття інформації про корпоративне управління.

Стратегії ведення соціальної відповідальної бізнесу можуть не лише покращувати, а й погіршувати становище компанії, якщо підбір був зроблений неправильно. Так, деякі критики вважають, що програми соціальної

відповідальності бізнесу (СВБ) втілюються такими компаніями, як British

American Tobacco (BAT), нафтовий гігант BP (відомий своїми помітними рекламними кампаніями в екологічній сфері) та McDonald's, з метою відволікання уваги суспільства від етичних питань, пов'язаних із їх основною

діяльністю. Вони стверджують, що деякі корпорації розпочинають програми

СВБ задля комерційних переваг, які вони отримують завдяки підвищенню своєї репутації у суспільстві або уряді. Вони вважають, що корпорації, які

існують виключно для максимізації прибутку, не можуть діяти в інтересах суспільства як цілого.

Інша проблема полягає в тому, що компанії, які заявляють, що

дотримуються концепції СВБ і сталого розвитку, одночасно беруть участь у шкідливій діловій практиці. Наприклад, з 1970-х рр. асоціація McDonald's Corporation з Ronald McDonald House розглядалась як СВБ і розвиток відносин.

Нещодавно, коли концепція СВБ стала популярнішою, компанія активізувала свої програми СВБ, пов'язані з персоналом, екологією та іншими питаннями.

[14]

Проте щодо ресторанів McDonald's порівняно з Morris & Steel судді Пілл (Pill), Мей (May) та Кін (Keane) стверджують, що можна з впевненістю стверджувати, що працівники McDonald's у всьому світі "мають нижчу зарплату та умови праці", а також що "якщо людина часто харчується у McDonald's, його дієта має великий вміст жирів та інших речовин, що значно підвищує ризик серцевих захворювань".

Аналогічно, компанія Royal Dutch Shell проводить широку освітлену політику СВБ і першою почала використовувати систему звітності з потрібним підсумком, але це не завалило скандалу в 2004 р. щодо неправдивого повідомлення про запаси нафти — подія, яка завдала серйозної шкоди її репутації та призвела до звинувачень у лицемірстві. З того часу фонд Shell Foundation почав брати участь у багатьох проєктах по всьому світу, включаючи партнерство з Marks and Spencer (Великобританія) у допомозі спільнотам, які вирощують квіткові дерева та фрукти по всій Африці.

Критики, які стурбовані лицемірством та нещирістю корпорацій, вважають, що для забезпечення соціально відповідальної поведінки компанії обов'язкове державне та міжнародне регулювання краще, ніж добровільні заходи.

Підхід до соціальної відповідальності, який стає все популярнішим, полягає у проєктах розвитку, що враховують інтереси місцевої громади.

Наприклад, фонд Shell брав участь у розвитку «Квіткової долини» у Південній Африці. Тут вони заснували Центр раннього навчання з метою сприяти освіті дітей з місцевої громади та навчанню дорослих новим вмінням. Компанія Marks & Spencer також активно працює у цій громаді, формуючи торгову мережу, що забезпечує сталий та справедливий обіг товарів. Інший поширений

підхід полягає у заснуванні навчальних закладів для дорослих та освітніх програм з питань ВІЛ/СНІДу. Більшість таких проєктів КСВ реалізована в Африці. Традиційний підхід до соціальної відповідальності бізнесу включає

допомогу місцевим організаціям та бідним верствам у країнах, що розвиваються.

1.3. Облік та аналіз соціально відповідальної діяльності як основа

управління підприємством

Облік та аналіз соціально відповідальної діяльності слугують важливими інструментами для управління підприємством. Соціальна відповідальність підприємства визначає його підхід до взаємодії зі співробітниками, клієнтами, партнерами, навколишнім середовищем і суспільством в цілому. Вона передбачає такі критерії, як:

- Ступінь етичності поведінки.
- Наявність відповідальності за вплив на довкілля.
- Рівень відповідальності ставлення до споживачів. [13]

Облік і аналіз діяльності в рамках соціальної відповідальності дозволяють корпораціям прослідкувати, як воно відповідає своїм обов'язкам перед стейкхолдерами. Дані, отримані в ході такого аналізу, слугують основою для прийняття рішень на різних рівнях управління. Однією із ключових вимог суспільства до бізнес-суб'єктів, які заявили про визнання принципів Глобального договору ООН і прерогативу стійкого розвитку, є забезпечення прозорості діяльності. Відповіддю на очікування суспільства є поширення практики підготовки і оприлюднення підприємствами нефінансової звітності.

Впровадження системи обліку соціально відповідальної діяльності дозволяє підприємствам відстежувати та аналізувати свій вплив на суспільство, екологію та економіку. Ця система обліку вимагає від підприємства не тільки збору даних про свої соціальні, екологічні та економічні показники, але й ретельного аналізу цих показників, щоб приймати виважені управлінські рішення [7].

Такий підхід до управління базується на принципі прозорості та відкритості. Інформація про соціальні та екологічні аспекти діяльності

підприємства стає доступною для різних зацікавлених сторін: від акціонерів до споживачів, від партнерів до громадських організацій.

Аналіз цієї інформації допомагає підприємству визначити свої сильні сторони та слабкі місця, планувати діяльність з огляду на соціальні ризики, а також формулювати стратегії розвитку, які відповідають сучасним вимогам та очікуванням суспільства. Тобто, відбувається постійна оптимізація процесів управління, враховуючи інтереси різних стейкхолдерів.

За допомогою систематичного аналізу своїх екологічних показників підприємство може виявити можливості для енергозбереження, зменшення викидів шкідливих речовин чи переробки відходів. Таким чином, підприємство не тільки сприяє збереженню навколишнього середовища, але і знижує свої операційні витрати.

Кукоба В.П. пропонує, що відповідно до цілей обліку і аудиту витрат на забезпечення корпоративної соціальної відповідальності підприємства слід проводити облік і аудит майна підприємства для уточнення даних про рух активів соціальної інфраструктури підприємства; аналізувати соціально-орієнтовані витрати підприємства та їх ефективність; оцінювати розрахунки із кредиторами, особливо у розрізі соціально-орієнтованих проектів і програм; розрахунки із засновниками у частині виконання вимог дивідендної політики підприємства; контролювати достовірність звітності стосовно реалізації соціальних проектів, а

також забезпечення соціально-побутових потреб працівників і членів їх сімей [2].

В ході проведення досліджень, Кусик Н.Л., Ковалевська А.В. розглянули ряд методів оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства. При цьому, особливої уваги заслуговує методика вимірювання кількісного індексу соціальних інвестицій бізнесу через розрахунок індексу питомих соціальних інвестицій (величина соціальних інвестицій компанії, що припадає на одного працівника); відношення соціальних інвестицій компанії

до сумарного обсягу їх продажів; відношення соціальних інвестицій компаній до сумарного обсягу їх прибутків до оподаткування. Розмір кількісного вимірювання індексу соціальних інвестицій не є нормованим і може мати будь-які позитивні значення. Високий рівень індексу підтверджує високий рівень соціальної активності компанії [3].

Результати соціологічних опитувань показали, що ключовими перепонами для формування та зростання соціальної відповідальності бізнесу є такі чинники:

- незавершеність законів та правових актів, які визначають участь бізнесу у соціальних проєктах та роль освітніх установ у підготовці соціально відповідальних спеціалістів;
- відсутність ефективної та автономної громадянської експертизи та аналізу впливу соціальних програм та стандартів якості освіти для бізнес-спеціалістів;
- відсутність системи стимулювання (як морального, так і матеріального) відповідального поводження у суспільстві.

В Україні зараз понад третина бізнесових організацій не бере активної участі у сприянні соціальному прогресу. Інтересною динамікою є той факт, що громадяни сподіваються отримати благодійну підтримку перш за все від приватного бізнесу, а вже потім від держави та її соціальних служб. Це вказує на зміну загальних поглядів населення і їх небажання спиратися виключно на державу [5].

Важливим фактором соціального обліку слугує соціальний пріоритет підприємства або організації, згідно з внутрішньою політикою корпорації. В контексті посилення соціальної відповідальності соціальний облік має стати не окремим видом обліку, а структурним елементом системи традиційного бухгалтерського обліку.

Багато дослідників в Україні вважають головним елементом соціального обліку соціальні витрати, що виникають під час реалізації соціально відповідальних завдань. Серед цих витрат зокрема виділяють фінансування,

передбачене законодавством у соціальній сфері; інвестиції у розвиток працівників; забезпечення безпеки на роботі; заохочення співробітників; утримання соціальних об'єктів; якість продукції; гарантійні послуги; вклад у захист навколишнього середовища, внески на користь екології; благодійність та участь у регіональних проектах, а також підтримка спортивних та культурних ініціатив. [4]

Вчені вже доклали значних зусиль, щоб адаптувати методологію соціального обліку для українських підприємств. Наприклад, Н. Л. Правдюк визначила ключові компоненти соціальних витрат, інтегруючи їх у систему обліку; О.В. Будько пропонує підхід до бухгалтерського обліку, який включає аналіз соціальної та екологічної діяльності. С.О. Левицька у своїх дослідженнях розглядає способи адекватного відображення соціальних пакетів у обліку, пропонуючи свої рішення. Існують також інші дослідники, які акцентують увагу на екологічній частині соціального обліку.

В сучасних наукових та практичних колах досі існує дискусія щодо того, чи існує реальний зв'язок між соціальною активністю підприємств та їх економічним успіхом. Аналізуючи вітчизняний та міжнародний досвід, можна виділити три основні підходи до розуміння цього зв'язку:

Негативний зв'язок. Згідно з цим підходом, соціальна відповідальність може викликати певні економічні втрати для підприємства. Наприклад, деякі українські компанії [15] не бачать переваг у підготовці соціальних звітів, так як відсутня реакція від зацікавлених сторін може здатися недостатньою для компенсації витрат.

Відсутність зв'язку. Деякі дослідники та практики [14] вважають, що зв'язок між соціальними витратами і фінансовими результатами є надто складним для кількісного вимірювання. Тобто, хоча підприємства можуть здійснювати соціальні ініціативи, їх вплив на прибуток або збиток є неоднозначним.

Позитивний зв'язок. За цим підходом, соціально відповідальна діяльність може призводити до позитивних економічних результатів у

довгостроковій перспективі. Припущення полягає в тому, що витрати на соціальні програми сьогодні можуть забезпечити велику вигоду в майбутньому, так як соціально-відповідальні ініціативи можуть підвищити лояльність клієнтів, покращити репутацію бренду та сприяти стійкому розвитку бізнесу.

Перераховані стратегії демонструють, що питання про зв'язок між соціальною відповідальністю та економічним успіхом є досить складним і потребує подальших досліджень. Однак важливо розуміти, що кожне підприємство є унікальним, і його соціальна стратегія може мати різний вплив на його фінансові показники.

Основна ідея соціальної відповідальної діяльності полягає в тому, що важко виміряти економічний результат від таких соціальних ініціатив в момент їх впровадження. Незважаючи на доступну інформацію про витрати на ці дії, встановити точний дохід від них є складним завданням, а визначення конкретного фінансового результату можливе лише на теоретичному рівні.

Основним способом інформування учасників про результати соціальної відповідальності є нефінансові звіти. Ці звіти не просто показують зроблені добрі справи, а акцентують увагу на досягнутих змінах завдяки ним. Така

звітність дозволяє зацікавленим сторонам оцінювати діяльність підприємства на основі їхніх інформаційних потреб, а соціальні ініціативи підвищують корпоративний імідж. В Україні нефінансова звітність лише набирає обертів і

має великий потенціал для розвитку, враховуючи невелику кількість компаній, що активно звітують. Згідно аналізу, інформація у таких звітах є дуже важливою.

Нефінансова звітність допомагає покращити корпоративне управління, контроль за стійким розвитком підприємств і сприяє якісному спілкуванню із зацікавленими сторонами. У світовій практиці існують три основних методики

складання такої звітності. Перший, базується на Глобальному договорі і відомий своєю простотою. Другий – це система Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), що розглядає економічний, екологічний та соціальний аспекти

діяльності підприємства. Третій використовує стандарт AA1000 і зорієнтований на діалог зі стейкхолдерами.

У Україні стандарти GRI користуються популярністю, проте відсутність чіткої методології призводить до різноманітності форматів звітів на різних підприємствах. Підприємства вибирають формат звітності, що найкраще відповідає їх потребам.

Лідерами у сфері нефінансового звітування в Україні є кілька компаній, які визначають напрямки його розвитку. Зокрема, перший в Україні звіт із корпоративної соціальної відповідальності було представлено «Систем Кепітал Менеджмент» у 2005 році. Лише 13% українських компаній готували такі звіти у 2018 році, включаючи такі назви як METINVEST, «Нестле Україна», Coca-Cola та «Нова Пошта». Тим, хто зараз активізується в цій сфері, у майбутньому може відкритися конкурентна перевага.

Отже, перед бізнес середовищем стоїть завдання створення науково-практичної бази, що об'єднає теорію, методологію бухгалтерського обліку і методи формування соціальної звітності, враховуючи особливості та виклики сучасної української економіки. Важливість цієї проблеми вимагає активної участі як бізнесу, так і державних структур, а також громадськості.

Для реалізації поставленої мети необхідно зрозуміти, яку інформацію про соціальну діяльність компаній громадяни хочуть отримувати. В'ясування цього допоможе визначити список підприємств, які повинні представляти таку звітність, а також створити ієрархічну систему цієї звітності, чи то на мікро-, чи на макрорівнях. Крім того, не менш важливо визначити коло осіб, які зацікавлені в цій інформації, а також розробити механізми їх доступу до неї. На заключний етап цього блоку завдань входить визначення офіційних державних структур, відповідальних за ініціацію впровадження соціальної звітності.

В сучасних умовах слід зосередитися на питаннях організації та методики обліку соціальних ініціатив. В даному випадку потрібно встановити

чіткі критерії і параметри соціальних аспектів, які будуть відображені в обліковій політиці та звітності підприємств.

Таким чином, розробка комплексного підходу до формування соціальної звітності з урахуванням особливостей України вимагає комплексного підходу та злагодженості дій усіх зацікавлених сторін.

Висновки до першого розділу

Соціальна відповідальність стала важливою частиною сучасного бізнес-середовища. Це не просто модна концепція, а комплексний підхід до ведення бізнесу, який визнає взаємозв'язок компанії з суспільством і необхідність враховувати соціальні, екологічні та економічні аспекти своєї діяльності.

В першому розділі магістерської роботи проаналізовано історію виникнення поняття «соціальна відповідальність бізнесу», розглянуто основні стратегії формування соціальної відповідальності, особливості управління підприємством в контексті обраної сучасної стратегії соціальної відповідальності.

Зазначено, що соціальна відповідальність корпорації залишається важливим інструментом взаємодії керівництва і персоналу. Крім того, правильно обрана стратегія здатна підвищити конкурентоспроможність та авторитетність компанії. Соціальна відповідальність підприємства відображає його ставлення до співробітників, клієнтів, партнерів, навколишнього середовища та суспільства загалом.

Також в першому розділі роботи розглядаються три рівні соціальної відповідальності бізнесу. Перший рівень акцентує увагу на базових обов'язках компанії (сплата податків, виплата заробітної плати та створення робочих місць). Другий рівень демонструє глибше розуміння корпоративної відповідальності щодо створення гідних умов роботи та життя для працівників. Третій рівень відображає активне включення компанії в благодійність. Основні аспекти корпоративної соціальної відповідальності

включають безпеку праці, стабільність і соціальну важливість заробітної плати, розвиток персоналу, а також додаткові соціальні гарантії для працівників. Дбайливе ставлення до КСВ сприятиме покращенню відносин бізнесу та навколишнього середовища, а також формуванню здорових відносин в компанії.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ СОЦІАЛЬНО
ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Cugnet»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Cugnet» займається вирощуванням зернових та бобових культур, насіння олійних культур, виробництвом цукру, молочним тваринництвом та надає елеваторні послуги.

Компанія обробляє землю площею 26,9 тис га. Земельний банк підприємства розміщений у Житомирській та Вінницькій областях. Компактне розміщення земельного масиву – до 80 км між найбільш віддаленими полями.

Цукровий завод «Cugnet» потужністю переробки цукрового буряка 2,8 тис. т на добу розміщений у Житомирській області. Наявність цукрового заводу серед активів компанії дозволяє забезпечити вертикальну інтеграцію – від вирощування буряка до виробництва цукру. Готова продукція реалізується під торговельною маркою «Cugnet Agrosompany».

За роки діяльності компанія збудувала два сучасних елеватори: у с. Андрушки Житомирської області та у с. Козятин на Вінниччині. Елеватори працюють як для зберігання зерна власного виробництва, так і надають послуги з очистки, сушіння та зберігання зерна клієнтам. Компанія має можливість одночасного зберігання 104 тис. т зерна.

Підхід компанії до розвитку тваринницького напрямку полягає у роботі на покращення продуктивності корів без збільшення поголів'я. Така стратегія дозволила впродовж останніх трьох років досягти та утримати показник продуктивності дійного стада на рівні 10 тис. л. на корову на рік.

Управління підприємством здійснюють Загальні збори Учасників.

Середньорічна чисельність працівників у 2022 р. становила 611 осіб.

Весь облік аналізованого підприємства ведеться в єдиній уніфікованій обліковій системі. З першого року діяльності проводиться консолідація

фінансової звітності групи компаній за міжнародними стандартами фінансової звітності (IFRS). Фінансова звітність створюється відповідно до Міжнародних стандартів фінансової звітності на основі принципу історичної вартості, за виключенням біологічних активів, сільськогосподарської продукції будівель та об'єктів інфраструктури, зерносховищ, потужностей із виробництва цукру, а також транспортних засобів та машин, які оцінюються за справедливою вартістю, про що йдеться в описі облікової політики.

Аналіз балансу підприємства на кінець 2020 та 2021 років представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1
Горизонтальний аналіз балансу ТОВ «Сугнет»

Статті балансу, тис.грн	Дата складання балансу		Темпи росту, %
	31.12.2020 р. тис. грн.	31.12.2021 р. тис.грн.	
1. Всього майна підприємства	2183393	2920405	133,8
1.1. Необоротні активи	1449129	1516877	104,7
1.1.1. Залишкова вартість основних засобів	703406	913399	129,8
1.1.2. Незавершене будівництво	624	949	152,1
1.1.3. Нематеріальні активи	465299	588903	145,3
1.2. Оборотні активи	734264	1403528	191,2
1.2.1. Запаси	484845	1011992-72,1	208,7
1.2.2. Оборотні активи в розрахунках	173509	371638	214,2
1.2.3. Грошові кошти та їх еквіваленти	75910	19898	26,2
1.3. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	-	-	-
2. Всього джерел майна	2183393	2920405	133,8
2.1. Власний капітал	976594	1682782	172,3
2.1.1. Зареєстрований капітал	3964	3964	100
2.1.2. Нерозподілений прибуток	855415	1265209	147,9
2.1.3. Резервний капітал	-	-	-
2.2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	527160	621210	117,8
2.3. Поточні зобов'язання і забезпечення	378501	529169	139,8
2.3.1. Короткострокові кредити банків	679639	616413	90,7
2.3.2. Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	401108	413265	103,0
2.3.3. Доходи майбутніх періодів	96100	85231	88,7
2.4. Зобов'язання, пов'язанні з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1301	1301	100

Джерело: побудовано автором

Загальне майно підприємства зросло на 133,8% протягом року, до 2 920 405 тис. грн. Це свідчить про збільшення активів підприємства. Необоротні активи зросли на 104,7%, до 1 516 877 тис. грн. Цей ріст в основному обумовлений збільшенням залишкової вартості основних засобів та нематеріальних активів. Оборотні активи значно збільшилися на 191,2%, до 1 403 528 тис. грн. Особливо збільшилися запаси на 208,7% та оборотних активів в розрахунках на 214,2%. Власний капітал підприємства зріс на 172,3% і становить 1 682 782 тис. грн. Це свідчить про збільшення власного фінансування підприємства. Довгострокові зобов'язання і забезпечення також зросли на 117,8%, до 621 210 тис. грн. Це може вказувати на більшу залежність підприємства від довгострокових позик та інших зобов'язань.

Загалом, баланс показує, що підприємство зазнало значного росту активів та зобов'язань протягом року. Розширення оборотних активів, збільшення власного капіталу та зростання довгострокових зобов'язань можуть свідчити про стратегічне розширення та розвиток підприємства. Однак важливо звернути увагу на управління оборотними активами та зобов'язаннями для забезпечення фінансової стійкості.

Продукція реалізується підприємствам України та підприємствам розташованим за межами митної території України. Дохід в розрізі країн експорту представлений в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка доходу від договорів з клієнтами на ринках збуту ТОВ

«Cygnet», тис.грн

Ринок збуту	2020 р.	2021 р.	Темпи росту, %
Україна	440 829	892 032	102
Закордонні країни	801 097	642 354	-20
Всього дохід від договорів з клієнтами	1 241 926	1 534 386	24
Експорт продукції у %	65%	42%	-35

Джерело: побудовано автором

Загальною тенденцією є значний ріст продажів на внутрішньому ринку, що вказує на успішну стратегію націлену на внутрішній споживач і ринок.

Проте, зменшення обсягів продажу за кордоном (закордонні країни), а також зменшення частки експорту, може свідчити про можливі труднощі у вивезенні товарів за межі країни або зменшення попиту на продукцію за кордоном.

Компанія генерує доходи від реалізації переважно у результаті продажу сільськогосподарської продукції, динаміка доходу від реалізації представлена у таблиці 2.3.

Динаміка доходу від реалізації сільськогосподарської продукції

ТОВ «Cygnet», тис. грн

Показник	2020 р.	2021 р.	Зміни (+/-)	Темп росту в %
Дохід від реалізації кукурудзи	530 527	581 766	51 239	110
Дохід від реалізації продуктів цукрового виробництва	292 737	277 232	(15 505)	95
Дохід від реалізації сої	81 594	-	(81 594)	
Дохід від реалізації пшениці	67 230	81 529	14 299	122
Дохід від реалізації соняшника	-	278 080	278 080	
Дохід від реалізації іншої продукції рослинництва	7 601	12 569	4 968	166
Дохід від реалізації товарів	177 885	91 584	(86 301)	52
Дохід від надання послуг та інших продажів	84 352	211 626	127 274	251
Усього доходу від реалізації	1 241 926	1 534 386	292 460	124
Інші операційні доходи	229 723	827 054	597 331	360
Фінансові доходи	317	421	104	133
Інші доходи	9 081	27 288	18 207	301

Джерело: побудовано автором

Дохід від кукурудзи та пшениці зріс на 110% та на 122% відповідно, що свідчить про успішну реалізацію сільськогосподарських культур. Зростання доходу від надання послуг та інших продажів на 251% також є дуже позитивним показником. Інші операційні доходи зросли на 360%, що може вказувати на додатковий прибуток компанії від інших операційних джерел.

Щодо продукції цукрового виробництва, дохід зменшився, але це може бути пов'язано з зміною ціни на ринку та зменшенням обсягу виробництва. Втрата доходу від реалізації сої може бути наслідком рішення компанії припинити цей вид діяльності у 2021 р. Загалом, результати свідчать про значний ріст

доходів від реалізації певних видів продукції та інших операційних та фінансових доходів у 2021 році порівняно з попереднім роком, хоча є деякі втрати доходу в окремих сферах.

У таблиці 2.4 надано огляд і аналіз різних показників ліквідності для ТОВ «Cygnet». Показники ліквідності допомагають визначити, наскільки компанія може впоратися зі своїми поточними зобов'язаннями та як ефективно вона використовує свої оборотні активи.

Таблиця 2.4

Аналіз показників ліквідності ТОВ «Cygnet»

Показник	2020 р.	2021 р.	Темп росту, %
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,08	2,28	111
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,45	0,66	47
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,11	0,03	-73

Джерело: побудовано автором

Коефіцієнт поточної ліквідності значно зріс у 2021 р. порівняно з попереднім роком, вказуючи на покращення здатності компанії виконувати поточні зобов'язання за допомогою поточних активів. Коефіцієнт швидкої ліквідності також показав позитивну динаміку, що свідчить про збільшення готовності компанії виконувати зобов'язання без урахування запасів. Значення коефіцієнта абсолютної ліквідності в 2021 р. дещо скоротилося, що свідчить про меншу готовність компанії до погашення зобов'язань за допомогою найбільш ліквідних активів.

Дані таблиці 2.5 свідчать про результативність господарської діяльності ТОВ «Cygnet».

Таблиця 2.5

Аналіз ефективності діяльності ТОВ «Cygnet»

Показник	2020 р.	2021 р.	Відхилення 2021р. від 2020р.
Рентабельність виробничих витрат	0,13	0,17	0,05
Коефіцієнту загальної рентабельності	0,11	0,15	0,04
Рентабельність продажів	0,00	0,25	0,25
Рентабельність реалізованої продукції	1,13	1,17	0,05

Джерело: побудовано автором

Після спаду в 2020 р., рентабельність виробничих витрат покращилася в 2021 р., що свідчить про певне відновлення прибутковості виробничої діяльності. Загальна рентабельність також зазнала невеликого спаду в 2020 р., але відновилося у 2021 р.. Рентабельність продажів суттєво покращилася в 2021 р., що свідчить про ефективність стратегії продажу товарів і послуг.

Аналіз фінансової рентабельності ТОВ «Cygnet» показує, що компанія зазнала певних змін у рівні прибутковості протягом років. Зокрема, в 2021 році відбулося покращення в рентабельності виробничих витрат, загальної рентабельності та рентабельності продажів. Ці позитивні зміни можуть бути наслідком різних стратегічних рішень та заходів, спрямованих на підвищення прибутковості підприємства.

2.2. Методичні засади організації соціального обліку на ТОВ

«Cygnet»

ТОВ «Cygnet» впроваджує стратегію, спрямовану на розвиток людських ресурсів, розширення ринків збуту, екологічну відповідальність, участь у соціальних проєктах та благодійність. Ця концепція розвитку створює потребу в зборі релевантної інформації та її використанні в управлінських рішеннях. Інформаційна система підприємства ґрунтується на бухгалтерському обліку, який суттєво впливає на внутрішні процеси та взаємозв'язок підприємства з оточуючим середовищем. Внаслідок цього, питання організації та методології бухгалтерського обліку набувають особливого значення.

У зв'язку з динамічним розвитком концепції сталого розвитку для інформаційного забезпечення соціально відповідальної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання з'явився новий вид бухгалтерського обліку – соціальний облік [17]. В результаті систематизації матеріалів наукових публікацій вітчизняних вчених, під соціальним обліком ми розуміємо відображення фактів господарської діяльності в рамках економічних та організаційних заходів використання, збереження, розвитку

трудоу ресурсів підприємства з урахуванням еколого-економічного забезпечення їх реалізації [18].

Облік соціально відповідальної діяльності бізнесу це структурований підхід до збору, аналізу, моніторингу та звітування про соціальні ініціативи та програми, які підприємство реалізує з метою виконання своїх соціальних обов'язків та взаємодії з різними зацікавленими сторонами. Основні складові такої системи представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Характеристика система обліку соціально відповідальної

діяльності бізнесу

Складові	Характеристика
Мета обліку	збереження цінностей, визначення досягнень у сфері соціальної відповідальності та відповідь на запити інформації від всіх зацікавлених сторін.
Завдання обліку	проведення спостереження за економічними, екологічними та соціальними процесами та явищами на підприємстві для планування, стимулювання, організації, регулювання, аналізу і контролю соціально відповідальної діяльності.
Суб'єкти обліку	суб'єкти підприємництва, що здійснюють соціально відповідальну діяльність.
Об'єкти обліку	господарські засоби та їх джерела, господарські процеси та їх результати в частині здійснення соціально відповідальної діяльності.
Предмет обліку	факти господарської діяльності, які характеризують стан та використання ресурсів підприємства, процесів, їх результатів, формування інформації фінансового характеру для внутрішніх та зовнішніх користувачів.

Джерело: сформовано автором на основі [17]

На сьогоднішній день в Україні відсутній єдиний нормативно-правовий акт, який би чітко регулював ведення соціального обліку та формування відповідних показників нефінансової звітності.

Внаслідок цього українські компанії скеровані на звітування відповідно до міжнародних стандартів та власного досвіду. GRI та AA1000 є найбільш популярними стандартами у сфері соціального обліку та підготовки нефінансової звітності.

У ТОВ «Супнет» ця проблема вирішується шляхом збирання та аналізу необхідної інформації з метою визначення рівня соціальної відповідальності

підприємства та ефективності цієї діяльності. Соціальний облік у фірмі «Сугнет» включає витрати на соціальний пакет, розвиток персоналу, охорону праці, мотиваційні заходи, підтримку соціальної інфраструктури, забезпечення якості продукції, екологічні платежі, благодійну допомогу та участь у регіональних програмах розвитку.

Така практика дозволяє ТОВ «Сугнет» відображати різні аспекти соціальної відповідальності та збирати інформацію про соціальні витрати та діяльність підприємства. Однак, існуючі облікові системи, зокрема, НП(С)БО 16 "Витрати" та Інструкція щодо застосування Плану рахунків обліку, мають обмежену деталізацію стосовно соціальних витрат.

Для поліпшення обліку соціальних витрат ТОВ «Сугнет» використовує підходи, які передбачають введення додаткових підрахунків для відображення соціальних інвестицій та витрат, пов'язаних з соціальною відповідальністю. Це дозволяє паралельно вести облік різних аспектів діяльності, включаючи соціальний облік.

Більшість вітчизняних дослідників соціального обліку визначають основним об'єктом цього обліку соціальні витрати, які виникають під час здійснення соціально відповідальної діяльності[17].

До цих соціальних витрат включають витрати на:

- соціальний пакет, які регулюються законодавством;
- розвиток персоналу;
- охорону праці та техніку безпеки;
- мотиваційні заходи;
- підтримку власних об'єктів у сфері соціального обслуговування;
- забезпечення якості продукції;
- гарантійне обслуговування;
- витрати на збереження навколишнього природного середовища та екологічні платежі;
- благодійну допомогу;
- участь у регіональних програмах розвитку;

підтримку спортивних та культурних ініціатив у суспільстві.

Чинне законодавство щодо обліку в Україні на сьогоднішній день не дозволяє враховувати як витрати ту частину коштів, яка спрямовується з прибутку після його формування, і має численні недоліки у сфері обліку соціальних витрат. Зокрема, НП(С)БО 16 "Витрати" та Інструкція щодо застосування Плану рахунків обліку, мало звертають увагу на питання соціальних витрат, обмежуючись переважно виплатами заробітної плати та відрахуваннями на соціальні заходи. Наприклад, рахунок 81 "Витрати на оплату праці" має лише обмежену кількість субрахунків, включаючи виплати за окладами і тарифами, премії та заохочення, компенсаційні виплати, оплату відпусток, оплату іншого невідпрацьованого часу і інші витрати на оплату праці.

Кореспондуючий рахунок 66 "Розрахунки за виплатами працівникам"

має менше деталізації, обмежуючись лише трьома субрахунками - розрахунками за заробітною платою, розрахунками з депонентами та іншими виплатами працівникам. Іншими словами, формування інформації на рахунку 66 є загальним і не дозволяє чітко і прямо відображати відповідні витрати на субрахунках рахунку 81. Витрати на утримання об'єктів соціальної інфраструктури класифікуються як інші витрати операційної діяльності і безпосередньо включаються в фінансовий результат разом з адміністративними та витратами на збут.

Під час впровадження інформаційних систем обліку важливо враховувати необхідність створення додаткових підрахунків для відображення різних аспектів соціального обліку. Наприклад, для відображення інформації про екологічні чи соціальні інвестиції можуть використовуватися відповідні підрахунки, які будуть внесені до рахунків основних засобів (наприклад, рахунок 10 «Основні засоби») чи нематеріальних активів (наприклад, рахунок 12 «Нематеріальні активи»).

Цей підхід дозволяє збирати, відображати та аналізувати інформацію з соціального обліку без потреби в значних додаткових роботах та облікових

маніпуляціях. Це також дає змогу паралельно вести облік різних аспектів діяльності, включаючи соціальний облік. У таблиці 2.7 наведено способи відображення об'єктів, спрямованих на соціальне призначення, на рахунках бухгалтерського обліку.

Таблиця 2.7

План рахунків для обліку соціально відповідальної діяльності

Субрахунок	Аналітичні рахунки		
	Основна діяльність	Соціальна діяльність	Екологічна діяльність
23 «Виробництво»	231	232	233
39 «Витрати майбутніх періодів»	391	392	393
441 «Прибуток нерозподілений»	4411	4412	4413
442 «Непокриті збитки»	4421	4422	4423
901 «Обов'язок реалізованої готової продукції»	9011	9012	9013
92 «Адміністративні витрати»	921	922	923
93 «Витрати на збут»	931	932	933
701 «Дохід від реалізації готової продукції»	7011	7012	7013
791 «Результат операційної діяльності»	7911	7912	7913
792 «Результат фінансових операцій»	7921	7922	7923
793 «Результат іншої діяльності»	793	7932	7933

Джерело: сформовано автором на основі [19]

Розробка окремого розділу або звітної форми для розкриття інформації про соціальну відповідальність компанії є важливим кроком у покращенні прозорості та обліку соціальних аспектів діяльності підприємства. Цей розділ або форма може бути включеним до річної фінансової звітності або інтегрованої звітності.

2.3 Методика формування соціальної звітності підприємства

Для ТОВ "Супнет" прийняття рішень щодо впровадження соціальних програм є важливим завданням. Ця дія потребує доступу до інформації про:

- потреби всіх зацікавлених груп;
- фінансові результати підприємства;
- наявні фінансові, матеріальні та інтелектуальні ресурси.

Головним засобом збирання такої інформації є система бухгалтерського обліку, наприклад, шляхом створення внутрішніх звітів для кожного напрямку та порівняння їх із фінансовою звітністю [20].

Для інформування зовнішніх зацікавлених груп про узагальнені результати, які представлені в фінансовій звітності (яка в багатьох випадках не доступна в повному обсязі, як це вимагає Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні"), це недостатньо. З метою задоволення їхніх інформаційних потреб і зменшення напруги в партнерських відносинах, цілком обґрунтованим є складання соціального звіту.

В міжнародній практиці найбільш поширені наступні три підходи до формування нефінансових звітів. Перший, заснований на Глобальному договорі, є досить розповсюдженим, зважаючи на простоту формування. Він передбачає складання Звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору. Другий підхід базується на системі Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), передбачає формування Звіту зі сталого розвитку, який розкриває інформацію про діяльність підприємства не тільки в економічній області, але ще й в екологічній, соціальній сферах управління. Третій підхід передбачає складання Звіту із корпоративної соціальної відповідальності за стандартом AA1000, заснований на діалозі із стейкхолдерами [21].

В Україні серед стандартів звітності поширеними є стандарти GRI. Але нерозробленість методологічного інструментарію в Україні є наслідком різноманітності звітів [22]. Кожне підприємство визначаючи формат соціальної звітності орієнтується на власні інтереси та потреби.

Таким чином, для отримання даних про економічні, екологічні та соціальні наслідки діяльності підприємства необхідна єдина інформаційна база, основою якої є облік соціально відповідальної діяльності. З фінансового погляду, таку інформацію може забезпечити система бухгалтерського обліку за умови правильної організації і постановки відповідних завдань для персоналу.

Основні елементи соціально відповідальної діяльності та інформацію, яку можна отримати через систему бухгалтерського обліку наведено в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Відображення складових соціальної діяльності в системі бухгалтерського обліку

Складові	Інформація у системі бухгалтерського обліку
Соціальна політика підприємства	Показники соціальної звітності
Управління процесом постачання	Аналітичні відомості до рахунку розрахунків з постачальниками та іншими кредиторами
Управління процесом виробництва	Статті калькуляції готової продукції та їх відповідність державним стандартам якості
Управління збутом	Статті калькуляції готової продукції та їх відповідність державним стандартам якості
Розвиток людського капіталу та трудові відносини	Сума коштів, витрачених дотримання на умов колективного договору, забезпечення соціального пакету
Проектно конструкторські роботи	Сума коштів, витрачених на освоєння виробництв
Відносини з владою та місцевим населенням	Сума коштів витрачених на надання благодійної допомоги, організацію у місті чи області заходів суспільного значення
Заходи з охорони навколишнього природного середовища	Сума коштів, витрачених на охорону довкілля та зменшення негативного впливу на нього, показники соціальної звітності

Джерело: сформовано автором на основі [20].

Аналізуючи дані таблиці робимо висновки, що для отримання інформації щодо компонентів соціально відповідальної діяльності з системи бухгалтерського обліку необхідно внести зміни в систему звітності на різних рівнях: від внутрішньоаналітичних та управлінських звітів до публічних фінансових та соціальних звітів.

Соціально відповідальна діяльність в бухгалтерському обліку охоплює всі звичайні операції підприємства, які відповідають принципам соціальної відповідальності, таким як добровільність, відкритість, системність, важливість, уникнення конфліктів та взаємна користь.

Особливо важливими для розвитку нефінансового звітування в Україні стали нові вимоги закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», в якому йдеться про обов'язкове складання великими компаніями «Звіту про

управління» за підсумками 2018 року. Звіт про управління, документ, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності [17].

2.4. Генерування інформації щодо соціальної діяльності засобами стратегічного обліку

Стратегічний облік допомагає організаціям і установам ефективно планувати, виконувати та оцінювати свої соціальні ініціативи.

Соціально відповідальну діяльність слід розглядати з точки зору створення соціальної користі в межах формування акціонерної цінності.

Використання цього підходу дозволяє проаналізувати вплив важливих складових нематеріального капіталу, таких як знання, бренд, наукові розробки, інтелектуальний та соціальний капітал. Ефект від цих факторів сприяє стратегічному розвитку підприємства шляхом інтеграції аспектів, таких як мотивація персоналу, фінансова стійкість і управління.

Оскільки вартість реалізації різних видів соціальної відповідальної діяльності залежатиме від витрат, це спонукає нас ретельно розглядати їх джерела. В таких умовах прийняття управлінських рішень базуватиметься на показниках системи соціального бюджетування. Одночасно головним завданням соціального контролінгу є визначення того напрямку соціальної відповідальної діяльності, який сприятиме позитивному впливу на стратегічний розвиток підприємства. Вибір стратегії ґрунтуватиметься на принципі "різні можливості для задоволення певних потреб за визначеної кількості ресурсів".

Слід зауважити, що мета системи соціального контролінгу, а саме зниження соціальних витрат та запобігання соціальним втратам, є очевидною і не вимагає додаткового обґрунтування. Тому, без сумніву, чим більше розвинена і структурована система соціального контролю, тим більше буде

досягнуто позитивних результатів, таких як зменшення соціальних витрат та втрат. Цей факт можна виразити у кількісних термінах за допомогою певних формул наведених в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Система соціального контролю та зниження соціальних витрат

Показник	Формула	Опис
Результат функціонування системи соціального контролінгу	$R_{ск} = B_0 - B_1$	B_0 - втрати (збитки) в умовах відсутності системи соціального контролінгу; B_1 - втрати (збитки) при діючій системі соціального контролінгу.
Ефективність функціонування системи соціального контролінгу	$E_{ск} = R_{ск} - C_{ск}$	$C_{ск}$ - вартість функціонування системи соціального контролінгу.

Джерело: сформовано автором на основі [23]

Ефективність функціонування системи соціального контролю ($E_{ск}$) визначається як різниця між Результатом функціонування системи соціального контролю ($R_{ск}$) та витратами на її підтримку ($C_{ск}$). Цей показник вказує, наскільки виправдані витрати на систему соціального контролю в порівнянні з отриманими користями від її функціонування.

Позитивне значення Ефективності функціонування ($E_{ск}$) свідчить про те, що система соціального контролю приносить прибуток, а отже, є ефективною

Від'ємне значення Ефективності функціонування ($E_{ск}$) вказує на те, що система соціального контролю не приносить очікуваних результатів та може бути неефективною в даному контексті.

Враховуючи ефективність функціонування системи соціального контролю, організація може приймати рішення щодо інвестицій у таку систему, оцінюючи, чи вона дійсно сприятиме зменшенню втрат та збитків, і чи виправдані витрати на її впровадження та підтримку

З метою систематизації та вимірювання впливу діяльності на соціальну відповідальність, компанії та організації мають складати та аналізувати матриці ключових показників. Ці матриці допомагають встановити конкретні цілі та визначити показники, які слід виміряти та аналізувати для визначення рівня соціальної відповідальності. Наведену в таблиці 2.10 матрицю можна використовувати як приклад.

Таблиця 2.10

Матриця ключових показників соціальної відповідальності

Складова соціальної відповідальності	Ключові показники	Опис
Споживачі	Рівень задоволеності споживачів	Вимірює ступінь задоволеності клієнтів продуктами або послугами компанії.
Робоча сила	Кількість навчених працівників	Вказує на кількість працівників, які отримали навчання та розвиток у компанії.
Спільнота	Спонсорська діяльність в місцевості	Відображає фінансову або матеріальну підтримку проєктів та ініціатив у місцевій громаді.
Доступність	Рівень доступності продуктів або послуг	Визначає, наскільки доступними є продукти або послуги для різних верств населення.
Екологія	Кількість викидів CO ₂	Вимірює кількість викидів вуглецю діяльністю компанії та її вплив на довкілля.
Партнерство	Кількість укладених партнерських угод	Вказує на кількість партнерських угод з громадськими організаціями або іншими компаніями.

Джерело: сформовано автором

Матриця допомагає визначити і візуалізувати ключові показники соціальної відповідальності компанії в розрізі її різних аспектів та складових.

Така матриця може бути корисною для внутрішнього аналізу та моніторингу та служити інструментом для прийняття рішень з покращення соціальної відповідальності підприємства.

Для прикладу візьмемо показники соціально відповідальної діяльності ТОВ «Cygnet» заповнемо і проаналізуємо матрицю ключових показників в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Матриця показників соціальної відповідальності ТОВ «Cygnet»

Складові	Ключові показники	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Споживачі	Рівень задоволеності споживачів		4,2 із 5	На основі відгуків в Google
Працівники	Кількість навчених працівників	352	0	0 Зростання середньої зарплати на 14%.
Спільнота	Спонсорська діяльність в місцевості	4,5 млн грн	4,7 млн грн	392 тис. грн – допомога навчальним закладам; 980 тис. грн – підтримка інфраструктури; 233 тис. грн – допомога власникам земельних ділянок
Доступність	Рівень доступності продуктів або послуг		Виробництва в 2 областях України	
Екологія	Кількість викидів CO2	компаніє дані не надає		

Джерело: сформовано автором

Компанія ТОВ «Cygnet» проявляє позитивні аспекти соціальної відповідальності у своїй діяльності. Зокрема, вона має високий рівень задоволеності споживачів, що свідчить про якісні товари або послуги та позитивні відносини зі споживачами. Крім того, компанія активно залучена до спонсорської діяльності в місцевості, надаючи фінансову підтримку навчальним закладам, інфраструктурним проектам та місцевим власникам земельних ділянок. Це свідчить про здатність компанії впливати на соціальний розвиток місцевої спільноти.

Однак, є аспекти, які потребують уваги та подальших зусиль. Зокрема, компанія має можливість покращити умови для своїх працівників, надаючи навчання та розвиток. Крім того, важливо бути більш прозорим щодо впливу на навколишнє середовище, включаючи моніторинг та зменшення викидів

CO₂. У загальному, компанія ТОВ «Сугнет» має потенціал для подальшого покращення своєї соціальної відповідальності та сталого розвитку. Посилення уваги до навчання працівників та зменшення негативного впливу на довкілля можуть сприяти покращенню показників соціальної відповідальності компанії та сприяти створенню позитивного соціального впливу.

Висновки до другого розділу

Компанія ТОВ «Сугнет» веде діяльність у сільському господарстві та демонструє вражаючий рівень диверсифікації в своїх операціях, що дозволяє їй бути менш чутливою до ринкових коливань. Важливо зауважити, що компанія дотримується міжнародних стандартів фінансової звітності (IFRS) і підтримує високий рівень професіоналізму у бухгалтерському обліку.

Під впливом складної ситуації, спричиненої війною, компанія активно вживає заходи для забезпечення безпеки своїх працівників та пошуку нових експортних маршрутів для свого зерна. Це свідчить про гнучкість та адаптивність компанії в умовах невизначеності. Покращення фінансового стану, зокрема збільшення коефіцієнта поточної ліквідності та загальної рентабельності, свідчать про те, що компанія розвивається у стабільному та стійкому спрямуванні.

Важливість соціальної відповідальності та соціальних проєктів зростає, і компанія розуміє цю потребу. Впровадження системи соціального обліку допоможе компанії у зборі та аналізі інформації, пов'язаної з соціальною діяльністю, та інтегрувати її з бухгалтерським обліком. Це допоможе зробити ефективними стратегії сталого розвитку та краще урахувати еколого-економічні аспекти. Завдяки систематичному підходу та стратегічному обліку компанія зможе краще генерувати інформацію про свою соціальну діяльність та вдосконалити свої підходи до управління нефінансовими аспектами своєї діяльності.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
БІЗНЕСУ

3.1. Методичні прийоми аналізу соціальної відповідальності бізнесу

Перший і фундаментальний крок в аналізі соціальної відповідальності бізнесу полягає в вивченні офіційних звітів і документації, що оприлюднюються компанією. Це включає річні звіти СВБ, звіти про сталість, інформацію про внутрішні політики та стандарти, а також розкриття інформації про соціальні проекти та партнерства. Вивчення цієї інформації допомагає підготувати основу для аналізу впливу компанії на суспільство та довкілля.

Докладний аналіз фінансових звітів компанії допоможе визначити, скільки ресурсів вона виділяє на соціальні ініціативи. Часто ви можете знайти інформацію про витрати на благодійність, допомогу спільнотам та інші види соціальних інвестицій у фінансових звітах.

У світовій практиці зазвичай використовуються індексні методи оцінки соціальної відповідальності підприємств, такі як: Індекс Domini Social Investment (DSI 400); Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index); Індекс FTSE4Good; Індекс корпоративної (Corporate Philanthropy Index) добродійності; Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)[1].

Ці індекси та методи є важливими інструментами для оцінки соціальної відповідальності підприємств у міжнародному бізнесі.

Індекс Domini Social Investment (DSI 400) допомагає інвесторам визначити підприємства, які мають високі стандарти соціальної відповідальності та сталого розвитку. Доу Джонс Sustainability Index також орієнтується на соціальну та екологічну відповідальність компаній та служить

орієнтиром для інвесторів. Індекс FTSE4Good спрямований на виділення компаній, які відповідають стандартам сталого розвитку.

Індекс корпоративної доброчесності визначає рівень благодійних внесків підприємств та їхню громадську підтримку. Метод Лондонської групи порівняльного аналізу допомагає компаніям оцінити ефективність своїх соціальних програм шляхом порівняння з іншими компаніями.

Найкращим підходом для оцінки ефективності соціальної діяльності є комбінування методів кількісного та якісного аналізу. Використання якісних методів надає можливість глибоко вивчити інтереси та потреби представників соціальної групи, розглянути позиції всіх зацікавлених сторін та розкрити систему їх пріоритетів. Цей підхід також сприяє кращому розумінню економічного, політичного та соціального контексту у сфері соціальної відповідальності.

Для оцінки внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності підприємств розроблено набір критеріїв та показників для їхньої оцінки (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Перелік кількісних показників оцінки СВП на мікрорівні

Показники вимірювання внутрішнього середовища	Показники вимірювання зовнішнього середовища
Індекс питомих соціальних інвестицій (ІІ) (в грошових одиницях): $II = CI / LI$, де CI - осяг соціального інвестування; LI - середньоспискова чисельність працівників.	Комплексний індекс КІ: $KI = (VP + CI + SB) / PV$, де VP - виплачені податки; CI - інвестиції в людський капітал; SB - соціальні видатки; PV - витрати виробничого призначення.
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі продажів (IS), що вимірюється в відсотках: $IS = CI / S$, де S - обсяг продажу.	Індикатор перспективного розвитку: $IPR = (CI + SB) / PR$, де PR - чистий прибуток
Частка соціальних інвестицій у сумарному обсязі прибутків (IP), що вимірюється в відсотках: $IP = CI / PR$	Індикатор соціальних видатків: $ICV = SB / PR$

Джерело: сформовано на основі [24]

Наведені показники можуть бути доповнені такими: співвідношення середньомісячної заробітної плати на підприємстві до прожиткового мінімуму; співвідношення середньомісячної заробітної плати на підприємстві до середньомісячної заробітної плати відповідної галузі і прожиткового мінімуму; співвідношення фонду оплати праці до операційних витрат.

Такий аналіз може служити для оцінки тенденцій у галузі соціальної відповідальності та планування майбутніх дій підприємства.

3.2. Фактори впливу на ефективність соціальної діяльності

підприємств

Враховуючи принципи концепції стійкого розвитку, можна виділити наступні аспекти в діяльності підприємства: основну, спрямовану на досягнення основних цілей; соціальну, спрямовану на задоволення потреб спільноти та працівників; та екологічну, спрямовану на збереження природи та охорону навколишнього середовища.

Процес оцінки соціальної відповідальності підприємства включає в себе аналіз різних аспектів і факторів, які взаємодіють зі спільнотою, працівниками та оточуючим середовищем. Важливим аспектом є виділення соціальних витрат на дві основні категорії:

- Соціальні витрати, пов'язані з працівниками підприємства та внутрішніми соціальними програмами: Ця частина витрат включає у себе заробітну плату, витрати на охорону здоров'я, освіту, пенсійні внески та інші соціальні витрати, спрямовані на забезпечення добробуту та задоволення потреб працівників підприємства. Ці програми сприяють створенню комфортних умов праці, підвищенню якості життя працівників та їхній соціальній інтеграції.

- Соціальні інвестиції в зовнішні соціальні проекти. Ця частина витрат включає в себе фінансування соціальних проектів, які реалізуються підприємством або через співпрацю з благодійними організаціями. Ці проекти

можуть бути спрямовані на надання допомоги потребуючим, забезпечення освітніх ініціатив, захист навколишнього середовища тощо. Вони не завжди пов'язані з безпосередньою діяльністю підприємства, але відображають його соціальну відповідальність та зобов'язання перед спільнотою [25].

Об'єднуючи обидва підходи, можна стверджувати, що ефективність соціальних витрат підприємства визначається наступним чином: це характеристика результативності соціальної діяльності, яка враховує ступінь досягнення економічних та соціальних цілей підприємства і його працівників, а також відношення між результатами діяльності та соціальними витратами.

Найпоширенішим методом аналізу сталого розвитку підприємства є факторний метод. Цей метод передбачає аналіз факторів, які впливають на стан складових сталого розвитку підприємства. Складові сталого розвитку підприємства відображають загальноприйняту концепцію і поділяються на економічні, соціальні та екологічні.

Факторний аналіз входить у модель сталого розвитку підприємства та має ієрархічну структуру. Для проведення аналізу сталого розвитку підприємства необхідно підібрати індивідуальні показники оцінки, які відображають специфіку діяльності підприємства. Інформаційну базу оцінки кожної складової формують показники, кількісні значення яких можуть бути визначені на основі даних статистичної та фінансової звітності.

Цей метод дозволяє докладно аналізувати та визначати важливі аспекти сталого розвитку підприємства, враховуючи його конкретні характеристики та особливості. Важливо правильно обирати та адаптувати показники для кожної складової сталого розвитку, оскільки це допомагає отримати більш точну та об'єктивну оцінку ефективності підприємства в контексті сталого розвитку.

3.3. Аналіз використання коштів на соціальні ініціативи

В останні роки, діяльність компаній стає все більш відкритою та відповідальною перед громадськістю. Інвестори, споживачі та зацікавлені

сторони все більше очікують від підприємств не лише фінансових результатів, але і активної участі в соціальних та екологічних ініціативах. У цьому контексті, аналіз фінансових показників та видатків на соціальні проекти є важливим інструментом для оцінки соціальної відповідальності підприємства.

Аналізуючи звітність з корпоративної соціальної відповідальності підприємства складаємо таблицю 3.2 в розрізі складових витрат.

Таблиця 3.2

Аналіз соціальної відповідальності ТОВ «Сугнет» за 2020-2022 рр, млн. грн

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Виплачено заробітної плати	154,4	164,9	178,5
Сплачено податків	115,3	117,4	142,5
Виплачено орендної плати за землю	110,9	127,4	137,4
Витрачено на соціальні проекти	4	4,7	1,6
Витрачено на ЗСУ	0	0	5,1
Всього	412	414,4	465,1

Джерело: сформовано автором на основі звітності з корпоративної соціальної відповідальності

У таблиці представлена динаміка виплаченої заробітної плати компанією Sugnet протягом трьох років. За цей період, виплата зарплати зростала стабільно, з 154,4 млн грн у 2020 році до 178,5 млн грн у 2022 році. Це свідчить про зростання фінансової стійкості компанії та позитивну динаміку її діяльності, а також збільшення зарплатних ставок.

Показники сплати податків компанією показують коливання. У 2020 році було сплачено 115,3 млн грн податків, у 2021 році ця цифра зменшилася до 117,4 млн грн, але в 2022 році відновилася до 142,5 млн грн. Зменшення сплати податків у 2021 році може бути пов'язане з певними економічними або податковими змінами в цьому році.

Витрати на орендну плату за землю також зросли протягом трьох років. У 2020 році було витрачено 110,9 млн грн, в 2021 році - 127,4 млн грн, а в 2022 році - 137,4 млн грн, що вказує на розширення діяльності компанії або збільшення орендованих площ.

В таблиці видно, що витрати на соціальні проекти зросли з 4 млн грн в 2020 році до 4,7 млн грн у 2021 році, але різко знизилися до 1,6 млн грн у 2022 році. В контексті війни, компанія Суспел продовжує демонструвати фінансову активність та соціальну відповідальність, витрачаючи ресурси на підтримку працівників, сплату податків та підтримку оборони.

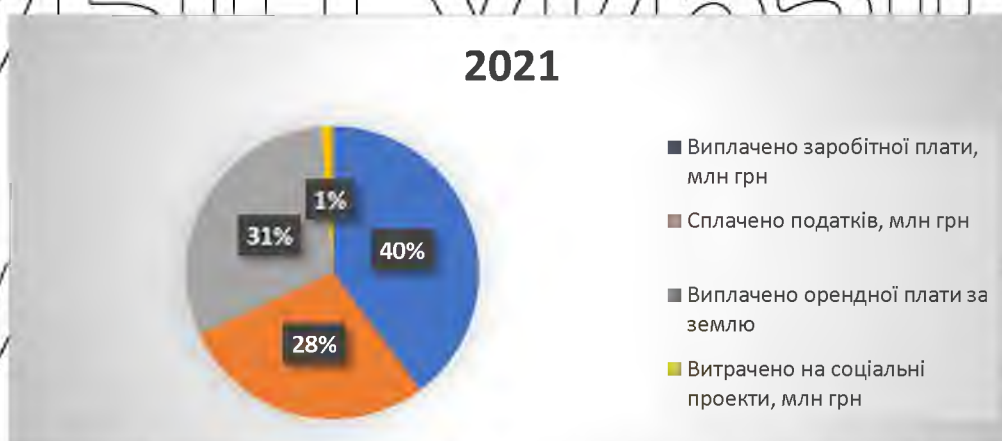


Рис. 3.1 Частка витрат на соціальні складові за 2021 рік

Однак зниження витрат на соціальні проекти свідчить про компроміс між соціальною відповідальністю та підтримкою оборони в умовах війни, що гарно видно на рисунку 3.1 та 3.2.

В 2021 році соціальні проекти в структурі витрат займають 1%.

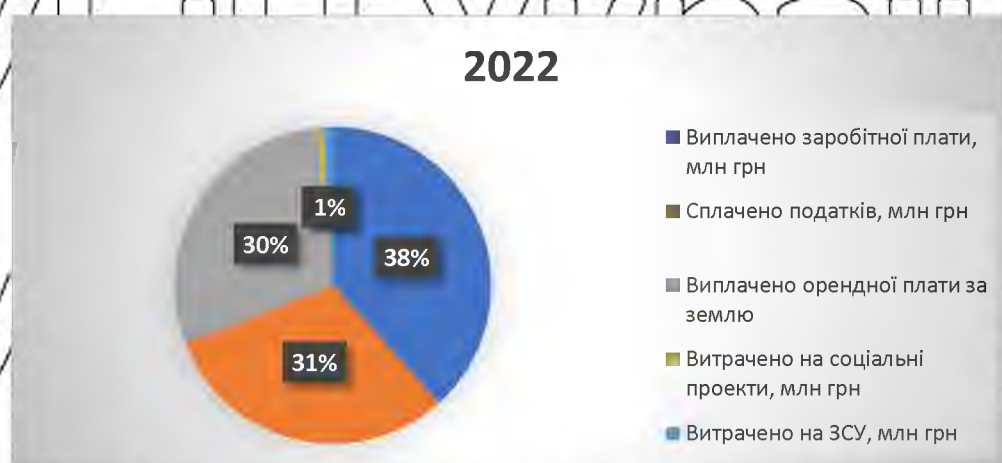


Рис. 3.2 Частка витрат на соціальні складові за 2022 рік

Якщо подивитися на дані за 2022 рік ми бачимо що цей 1% займають витрати на ЗСУ. Розглядаючи детальніше в розрізі витрат на соціальні ініціативи (таблиця 3.3) ми побачимо, які саме соціальні проєкти фінансуються.

Таблиця 3.3

Динаміка соціальних витрат компанії Sugnet у 2020-2022 рр, тис. грн

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення 2022 р. від 2021 р.
Створення безпечних умов праці	1 300	0	0	0
Навчання і розвиток персоналу	1 214	0	0	0
Створення належних умов для навчання та розвитку дітей	1 211	1 154	392	-762
Підтримка медичної сфери, допомога дітям з інвалідністю	934	410	0	410
Підтримка інфраструктури, покращення стану доріг	1 781	2 275	980	-1295
Адресна допомога власникам земельних ділянок	80	357	233	-124
Розвиток культури та духовності	343	304	0	-304
Популяризація спорту та здорового способу життя	180	248	0	248
Збереження середнього заробітку мобілізованим працівникам	0	0	6600	6600

Джерело: сформовано автором на основі звітності з корпоративної соціальної відповідальності

У 2022 році вперше з'явилися видатки на підтримку мобілізованих працівників, що свідчить про збільшення військових потреб та підтримку оборони в умовах війни (рис.3.3).



Рис.3.3 Графік динаміки соціальних витрат компанії, тис. грн

Загальна тенденція полягає в тому, що компанія Cygnel зменшує багато соціальних ініціатив у 2022 році порівняно з попередніми роками. Така тенденція пов'язана зі складними фінансовими умовами та змінами в пріоритетах компанії в умовах війни, коли підтримка оборони та військових потреб стають пріоритетом.

Упродовж аналізованого періоду з 2020 по 2021 рік, дохід компанії відобразив значний ріст (таблиця 3.4). У 2020 році дохід склав 1 241 926 тис. грн, але вже в 2021 році показник зріс до 1 534 386 тис. грн. Загальний темп зростання доходу склав 24%, порівняно з 2020 роком. Ця динаміка вказує на те, що компанія успішно відновила свій фінансовий стан після спаду у 2020 році та навіть досягла нових показників у 2021 році.

Таблиця 3.4

Порівняльний аналіз ефективності соціальної політики

Показник	2020	2021	Темп зростання/ зниження %
Дохід, тис. грн	1241926	1534386	24%
Соціальні інвестиції	324066	360068	11%
Коефіцієнт ефективності соціальних інвестицій	0,26	0,23	-10%

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності

Соціальні інвестиції компанії також зросли протягом аналізованого періоду. У 2020 році вони склали 324 066 тис. грн, а вже в 2021 році становили 360 068 тис. грн. Темп зростання соціальних інвестицій склав 11%.

Ця динаміка (рис.3.4.) свідчить про зростання інтересу компанії до соціальних ініціатив та корпоративної відповідальності.

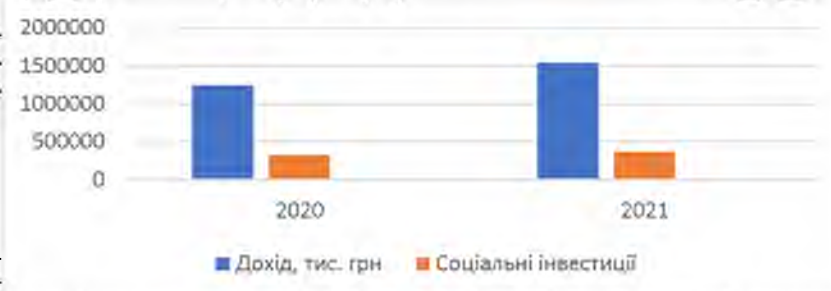


Рис. 3.4 Тенденція витрат на соціальні ініціативи, тис. грн

Коефіцієнт ефективності соціальних інвестицій вказує на те, наскільки результативно використовувалися видатки на соціальні програми. У 2020 році коефіцієнт становив 0,26, але вже в 2021 році зменшився до 0,23. Темп зниження коефіцієнта склав -10%. Ця динаміка вказує на нестабільність у досягненні позитивних соціальних результатів в умовах збільшення соціальних інвестицій.

У цілому, компанія Synget продемонструвала зростання доходів та інтерес до соціальних ініціатив протягом розглянутого періоду. Однак, ефективність соціальних інвестицій була менш стійкою, і компанія може прагнути покращити результати в цьому напрямку в майбутньому.

За статистичними даними України з 2010 по 2021 рік, побудуємо багатofакторну модель продуктивності праці.

У – продуктивність праці; X1 – витрати на персонал; X2 – витрати на оплату праці; X3 – середньомісячна заробітна плата; X4 – заборгованість з оплати праці. Парні коефіцієнти кореляції наведені в таблиці 3.5. Найтісніший зв'язок спостерігається з середньомісячною заробітною платою.

Таблиця 3.5

Кореляційний аналіз

	У	x1	x2	x3	x4
У (Продуктивність праці), млн гривень на одну особу	1				
x1 (Витрати на персонал) млн грн	0,98	1			
x2 (Витрати на оплату праці)	0,98	1,00	1		
x3 (Середньомісячна заробітна плата)	0,99	0,99	1,00	1	
x4 Заборгованість з оплати праці, млн гривень	0,89	0,85	0,86	0,88	1

Джерело: сформовано автором

Перевіримо модель на мультиколінеарність за допомогою алгоритму

Феррара-Глобера.

За F – критерієм маємо розрахункові значення:

$$F_{x1} = 449,32881$$

$$F_{x2} = 1205,96006$$

$$F_{x3} = 524,23702$$

$$F_{x4} = 10,56064$$

$$F_{\text{табл}} = 8,84523846$$

За t – критерієм:

$$t_{12} = 3,77$$

$$t_{13} = -0,34$$

$$t_{23} = 3,63$$

$$t_{24} = -0,27$$

$$t_{\text{табл}} = 2,31$$

Враховуючи розраховані значення t – критерію, змінну X2 необхідно виключити.

Таблиця 3.6

Регресійний аналіз

Коефіцієнт	Значення
Коефіцієнт множинної детермінації	0,999
Коефіцієнт детермінації	0,997
Adjusted R Square	0,995
Стандартна похибка	0,006

Джерело: сформовано автором

Загальний висновок з цього регресійного аналізу є те, що побудована модель має дуже сильний лінійний зв'язок з даними і може бути використана для прогнозування продуктивності праці на основі незалежних змінних. Також можна побачити, як кожна змінна впливає на продуктивність праці, що може бути корисно для прийняття бізнес-рішень.

3.4. Узагальнення матеріалів аналізу і контролю для прийняття управлінських рішень щодо удосконалення соціальної відповідальності бізнесу

У сучасному бізнесі, де ринки насичені та технології швидко розвиваються, персонал є ключовим ресурсом для будь-якої організації. Кваліфіковані та мотивовані працівники створюють конкурентну перевагу, дозволяючи компанії ефективно конкурувати на ринку. Таким чином, розвиток та збереження персоналу стають важливою частиною стратегії підприємства.

Важливо враховувати, що персонал складається з різних індивідів, інколи конфлікти та напруженість можуть виникнути в організації. Соціальна відповідальність включає в себе створення сприятливого робочого середовища та розв'язання конфліктів шляхом діалогу та медіації. Керівництво організації намагається нівелювати соціальну напруженість, створюючи умови для співпраці та взаєморозуміння серед персоналу.

Зараз спостерігається зростання конкуренції за кваліфікованим людським капіталом. Забезпечення організації професійними кадрами стає складнішим через недостатній професійний рівень молоді та ряд демографічних проблем, таких як старіння населення. Організації стикаються з викликом збереження та залучення кваліфікованих кадрів, що вимагає активних заходів у сфері набору та розвитку персоналу.

Продуктивність праці завжди була однією з ключових мет цілей для багатьох організацій. Висока продуктивність праці дозволяє підприємствам зменшити витрати, збільшити прибуток і залишатися конкурентоспроможними на ринку. Однак, щоб досягти високої продуктивності, потрібно не лише ефективно управління процесами, але й налагоджене управління персоналом. Розглянемо результати аналізу даних, що вказують на важливий зв'язок між витратами на персонал та продуктивністю праці.

Дослідження проведено на основі даних за період з 2010 по 2021 рік вплив таких показників як: витрати на персонал, витрати на оплату праці, середньомісячну заробітну плату та заборгованість з оплати праці на продуктивність праці.

Продуктивність праці має дуже сильну кореляцію з усіма вказаними факторами (x_1, x_2, x_3, x_4). Коефіцієнти кореляції близькі до 1, що свідчить про те, що існує сильний лінійний зв'язок між цими змінними.

Модель має дуже високий рівень пояснюваної змінної (R Square - 0,997), що означає, що більшість зміни в продуктивності праці пояснюється розглянутими факторами.

Витрати на персонал мають позитивний вплив на продуктивність праці: збільшення витрат на персонал сприяє зростанню продуктивності праці.

Заборгованість з оплати праці не є статистично значущим фактором для прогнозування продуктивності праці.

Отже, результати аналізу даних вказують на те, що витрати на персонал мають значний вплив на продуктивність праці. Важливо ефективно управляти цими витратами, зокрема, збільшувати їх, але одночасно забезпечувати високу якість роботи персоналу. Також слід враховувати, що витрати на оплату праці та середньомісячна заробітна плата грають важливу роль у досягненні високої продуктивності праці.

Збільшення витрат на персонал може бути однією з складових стратегії соціальної відповідальності організації. Це може включати підвищення зарплат, надання додаткових соціальних пакетів та інвестиції в навчання та розвиток персоналу. Такі заходи покращують умови праці та допомагають залучати та утримувати висококваліфікованих працівників.

Результати управлінської діяльності в галузі соціальної відповідальності мають великий вплив на зміст та форму спеціальних документів, таких як соціальні звіти, звіти про реалізацію соціальної політики, звіти за підсумками впровадження програми Корпоративної Соціальної Відповідальності (КСВ) та

інші подібні документи. Цей зв'язок об'єднує результати аналізу управлінської діяльності з процесом звітування та внутрішнього контролю організації.

Ось як взаємопов'язані результати управлінської діяльності та процеси формування соціальних звітів:

1. Звернення керівництва: У результати управлінської діяльності входить звернення керівництва організації щодо програми КСВ та соціальної відповідальності. Це звернення може визначати стратегічні цілі та завдання, які потрібно включити в соціальний звіт.

2. Дані про економічну політику: Результати управлінської діяльності включають дані про економічну політику організації, витрати на соціальні програми та ресурси, витрачені на ці ініціативи. Ця інформація визначає основну частину звіту, що стосується фінансових показників та результатів.

3. Інформування громадськості: Соціальний звіт зазвичай містить інформацію про успіхи та невдачі організації в галузі соціальної відповідальності. Результати аналізу управлінської діяльності слугують основою для формулювання цих даних.

4. Зворотний зв'язок: Результати управлінської діяльності включають зворотний зв'язок від акціонерів, партнерів, працівників, клієнтів. Цей зворотний зв'язок може відображатися в соціальному звіті та вказувати на ступінь задоволеності зацікавлених сторін діяльністю організації в галузі соціальної відповідальності.

5. Звіти аудиторів та рейтинги: Результати аналізу управлінської діяльності також можуть вплинути на звіти аудиторів, результати незалежної експертизи та рейтингові оцінки організації. Успішне впровадження соціальних програм та ініціатив може покращити позиції в рейтингах та засвідчити фінансову діяльність.

Соціальний аудит представляє собою нове явище в сучасних наукових дослідженнях і соціальній практиці світової економіки. Основною метою соціального аудиту є отримання об'єктивної інформації щодо соціально-

економічних відносин у певній області для подальших аналізів. Це включає в себе оцінку здатності організації вирішувати соціальні проблеми, які виникають як всередині самої організації, так і за її межами. Крім того, соціальний аудит також включає оцінку управління проблемами, які впливають на трудову діяльність людини.

Адміністрація підприємства укладає контракт із професійними аудиторами з метою проведення соціального аудиту. Незалежний аудитор, досліджуючи внутрішні та зовнішні джерела, проводить аудит для перевірки відповідності виплати зарплати вимогам трудового законодавства, а також умов праці на підприємстві на відповідність нормам безпеки та екологічним стандартам. Ця процедура допомагає виявити причини соціальної напруженості та отримати від працівників відгуки та думки щодо управління адміністрацією[28].

Таблиця 3.7

Процедура проведення соціального аудиту

№	Етап
1	Отримання згоди на офіційний аудит
2	Формування керуючої групи по соціальному аудиту
3	Створення команди аудиторів, експертів, провідних менеджерів
4	Розробка методології соціального аудиту
5	Проведення діагностики корпоративної культури і виявлення функціональних областей
6	Виявлення розбіжностей між місією і цілями компанії і її реальною діяльністю
7	Пошук причин розбіжностей
8	Збір додаткової інформації про подібні проблеми
9	Проведення інтерв'ю з зацікавленими підприємствами
10	Зіставлення внутрішніх і зовнішніх очікувань
11	Формування звіту

Джерело: [28]

Соціальний аудит на підприємстві може включати аудит різних аспектів, таких як аудит формування персоналу, організації та нормування праці, системи управління розвитком персоналу, екологічний аудит та інші. Тільки коли всі ці напрямки діяльності організації в галузі соціально-трудова відносин будуть досліджені, може бути досягнута максимальна ефективність функціонування підприємства.

Сучасна діяльність бізнесу в галузі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) перш за все спрямована на наступні завдання:

1. Допомога тимчасово переміщеним особам: Це включає надання проживання, гігієнічних засобів, одягу та інших необхідних речей для людей, які стали жертвами конфліктів або стихійних лих.

2. Підтримка Збройних Сил України та територіальної оборони: Бізнеси можуть надавати ресурси, фінансову підтримку або іншу допомогу для підтримки армії та територіальної оборони в умовах конфлікту чи загрози безпеці.

3. Соціальна кухня: Організація харчування та безкоштовна роздача їжі для осіб, які опинилися у складних життєвих обставинах [28].

Ця діяльність важлива для забезпечення необхідних ресурсів та підтримки людей під час кризових ситуацій та конфліктів. Для ефективного координування гуманітарної допомоги були розроблені спеціальні підходи, такі як використання хабових складів, залучення волонтерів та система управління відправленнями. Додатково, створена платформа для узгодження запитів та потреб із можливими рішеннями з використанням CRM системи та розвиненої логістики для кращого контролю та координації процесу.

Висновки до третього розділу

На основі аналізу даних щодо корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «Сугнет», компанія може приймати ряд управлінських рішень для поліпшення своєї діяльності та досягнення більш відповідального підходу до соціальних питань. Ось деякі можливі рішення:

1. Оптимізація витрат на заробітну плату: Розглянути можливості для оптимізації витрат на зарплату, зокрема, шляхом удосконалення системи компенсацій та вигід для працівників, з метою збереження високого рівня задоволеності працівників та залучення нового персоналу.

2. Податкове планування: Провести більш детальний аналіз податкових витрат та розробити стратегію податкового планування, щоб знизити ризики коливань та забезпечити більшу стійкість фінансів компанії.

3. Стратегія соціальних ініціатив: Переглянути стратегію соціальних ініціатив та визначити, які саме проекти мають бути фінансовані та в яких обсягах. Розглянути можливість збільшення інвестицій у соціальні проекти, зокрема, в сфері медицини, інфраструктури, культури, спорту та освіти.

4. Управління ресурсами на ЗСУ: Розглянути більш ефективний та цільовий спосіб витрат на підтримку Збройних Сил України, зокрема, у сфері оборони та соціальної підтримки військовослужбовців та їх сімей.

5. Система контролю та звітності: Розробити систему контролю та звітності щодо соціальних витрат, щоб забезпечити відстеження та відповідність цілям корпоративної соціальної відповідальності.

6. Співпраця з громадськими організаціями: Розглянути можливість партнерства з громадськими організаціями та іншими зацікавленими сторонами для реалізації соціальних ініціатив та максимізації їхнього впливу.

7. Корпоративна комунікація: Забезпечити ефективну комунікацію зі співробітниками, клієнтами, партнерами та громадськістю щодо соціальних ініціатив та досягнень у цій галузі.

8. Стратегічне планування: Розробити стратегічний план корпоративної соціальної відповідальності, який враховуватиме довгострокові цілі та цінності компанії.

На основі кореляційного та регресійного аналізу можна зробити кілька висновків та надати практичні рекомендації підприємству:

1. Вплив витрат на персонал і оплату праці: Регресійний аналіз підтверджує, що витрати на персонал (x1) та витрати на оплату праці (x2) мають статистично значущий вплив на продуктивність праці. Підвищення витрат на ці два фактори призводить до зростання продуктивності праці. Таким чином, підприємство може розглянути можливості збільшення інвестицій в персонал та оплату праці для поліпшення продуктивності.

2. Середньомісячна заробітна плата: Середньомісячна заробітна плата (x3) також має статистично значущий вплив на продуктивність праці. Вища зарплата сприяє покращенню продуктивності праці. Підприємство може розглянути можливість підвищення зарплати для працівників з метою покращення їхньої продуктивності.

3. Заборгованість з оплати праці: Заборгованість з оплати праці (x4) не має статистично значущого впливу на продуктивність праці. Однак цей фактор може впливати на задоволеність та мотивацію працівників. Підприємство повинно слідкувати за заборгованістю та вчасно вирішувати питання з оплатою праці для підтримання робочого духу та робочого етику.

4. Прогноз продуктивності праці: Оскільки модель регресії була розроблена, підприємство може використовувати її для прогнозу продуктивності праці на майбутні періоди на основі витрат на персонал, оплати праці та середньомісячну заробітну плату. Це допоможе оптимізувати управлінське прийняття рішень та ресурсну стратегію.

Ці рішення допоможуть компанії Sygnet покращити її корпоративну соціальну відповідальність та забезпечити більш стійкі та ефективні соціальні ініціативи.

Після повномасштабної російської війни в Україні відбулися певні адаптації стратегій соціальної відповідальності бізнесу до військового стану; активно розвивався напрям корпоративного волонтерства; формувалася повага та свідоме ставлення до державних символів та виховання патріотичності. Наприклад у 2022 р. компанія Sygnet змістила фокус проєктів із корпоративної соціальної відповідальності із традиційних напрямків на новий – підтримку Збройних сил України; компанія витратила на підтримку Збройних Сил України близько 5,1 млн грн; було передано 15 транспортних засобів на потреби армії. До лав Збройних Сил України було призвано 50 співробітників і компанія витратила 6,6 млн грн на збереження середнього заробітку мобілізованим працівникам та виплат додаткових виплат.

В сучасних умовах (порушення ланцюжків постачання, перебої з постачанням пального, електроенергії та інших ресурсів) компанія Cygnit продовжує вдосконалювати корпоративні підходи до комунікацій зі своїми стейк-холдерами заради забезпечення стійкого розвитку. Таким чином, як свідчить практика, ведення соціально відповідального бізнесу в умовах війни посилює репутацію компанії завдяки їх підтримці суспільства. Нині соціальна відповідальність є певною формою інвестиції, завдяки якій формується позитивний імідж компанії відповідно до нових цінностей суспільства.

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

НУБІП України

ВИСНОВКИ

НУБІП України

У першому розділі ми провели дослідження теоретичних основ соціальної відповідальності бізнесу, розглянули її сутність та історію виникнення. Дослідження включало аналіз літератури, авторами якої були такі

НУБІП України

вчені, як І.О. Ворончак, О.П. Гогуля, І.В. Жиглей, І.В. Замула, В.С. Карагод, Л.М. Кіндрацька, С.Я. Король, Н.М. Малюга, О.А. Лаговська, С.О. Левицька, О.М. Харитонова. На основі цього аналізу були сформульовані висновки, що

свідчать про те, що соціальна відповідальність має своє коріння у віддаленому

НУБІП України

минулому і поступово набуває все більшої важливості та розвивається з року в рік.

У другому розділі ми дослідили обліковий аспект соціальної відповідальності у компанії Cygnet. Компанія відзначається вражаючим рівнем диверсифікації своїх операцій, що надає їй велику стійкість до

НУБІП України

ринкових коливань. Важливо відзначити, що компанія відповідає міжнародним стандартам фінансової звітності (IFRS) та проявляє високий рівень професіоналізму у сфері бухгалтерського обліку.

Аналіз фінансової рентабельності ТОВ "СІГНЕТ" показує, що компанія

НУБІП України

зазнала певних змін у рівні прибутковості протягом років. Зокрема, в 2021 році спостерігалося покращення рентабельності виробничих витрат, загальної рентабельності та рентабельності продажів. Ці позитивні зміни можуть бути

результатом різних стратегічних рішень та заходів, спрямованих на

підвищення прибутковості підприємства.

НУБІП України

Під впливом складної ситуації, спричиненої війною, компанія активно вживає заходів для забезпечення безпеки своїх працівників та пошуку нових експортних маршрутів для свого зерна. Це свідчить про гнучкість та

адаптивність компанії в умовах невизначеності.

НУБІП України

Покращення фінансового стану, зокрема збільшення коефіцієнта поточної ліквідності та загальної рентабельності, свідчать про те, що компанія розвивається у стабільному та стійкому напрямку.

Зростає важливість соціальної відповідальності та соціальних проєктів, і компанія розуміє цю потребу. Впровадження системи соціального обліку допоможе компанії збирати та аналізувати інформацію, пов'язану з соціальною діяльністю, та інтегрувати її з бухгалтерським обліком. Це сприятиме більш ефективному розвитку стратегій сталого розвитку та кращому врахуванню еколого-економічних аспектів.

Завдяки систематичному підходу та стратегічному обліку компанія зможе краще генерувати інформацію про свою соціальну діяльність та вдосконалювати свої підходи до управління нефінансовими аспектами своєї діяльності.

У третьому розділі ми дослідили зв'язок між витратами на соціальну відповідальність та ефективністю діяльності компанії, провели аналіз витрат на соціальні ініціативи. Результати підтверджують, що війна в країні та її наслідки потребують ще більшого залучення до справ соціальної відповідальності, ніж раніше. З'являються нові напрямки соціальних витрат, такі як підтримка ЗСУ, закупівля їжі для солдатів, допомога в реабілітації, ліквідація наслідків бомбардувань, психологічна адаптація постраждалих, заміна мобілізованих працівників та збереження їхнього заробітку, пошук нових кадрів.

Економетрична модель зв'язку між продуктивністю праці та соціальними витратами, такими як витрати на персонал, середньомісячна заробітна плата і інші, підкреслила важливість ведення соціально відповідальної діяльності для підприємства та його стійкості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dmytriyev, S.D., Freeman, R.E., & Hörisch, J. The Relationship between Stakeholder Theory and Corporate Social Responsibility: Differences, Similarities, and Implications for Social Issues in Management. *Journal of Management Studies*, 58(6), 2021, 1441–1470. <https://doi.org/10.1111/joms.12684>.

2. Duesing, R. J., & White, M. A. Building Understanding and Knowledge: A Case Study in Stakeholder Orientation. *Journal of Managerial Issues*, 25(4), 401–415, 2013.

3. Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Parmar, B.L. and De Colle, S. *Stakeholder Theory: The State of the Art*. New York: Cambridge University Press, 2010.

4. Giovannoni, E., & Fabietti, G. What Is Sustainability? A Review of the Concept and Its Applications. In *Integrated Reporting* (Vol. 35, Issue 1, pp. 21–40, 2013). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-02168-3_2.

5. Goodstein, J.E. and Wicks, A.C. “Corporate and stakeholder responsibility: making business ethics a two-way conversation”, *Business Ethics Quarterly*, Vol. 17 No. 3, pp. 375–398, DOI: 10.2307/27673185, 2007.

6. Pasko, O., Chen F., Kuts T., Sharko I., Ryzhikova N. Sustainability reporting nexus to corporate governance in scholarly literature. *Environmental Economics*, 13 (1), 61–78.- 2022

7. Агавердієва Х. Ф., Іванісов О. В., Лебединська О. С. Соціальний аудит у теоретичному полі соціальної відповідальності. *Бізнес Інформ*. 2018. №4. С. 461–466.

8. Баркова І. Ф., Кінева Т.С. Соціальна відповідальність бізнесу. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2016. Вип. 249. 506 с.

9. Бобровська Н.В., Костирко А.Г. Екологічна евідомість у використанні природних ресурсів. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2016. Вип. 249. 506 с.

10. Бudyко О.В. Облік соціально відповідальної діяльності як інформаційна основа управління сталим розвитком підприємства. Інвестиції: практика та досвід, 2016, Вип. 20, с. 33-38. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2016/9.pdf.

11. Ворончак І. О. Формування національної моделі соціальної відповідальності бізнесу: аналіз світового досвіду та перспективи для України. Науковий вісник НЛТУ України, 2012, Вип. 22.1, с. 196-203.

12. Галушка З.І. Розподіл функцій соціальної відповідальності між суб'єктами соціалізації економіки. Східна Європа: економіка, бізнес та управління, № 5(05), 2016.

13. Погуля О.П. Соціальна відповідальність бізнесу. Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008, 79 с.

14. Гудзинський О.Д., Судомир С.М., Гуренко Т.О., Гудзинська Ю.С. Менеджмент стратегічної конкурентоспроможності соціально-економічних систем: методологічний аспект. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. №21, 2019. С.4-13.

15. Гуцаленко Л., Марчук У., Мулик Т. Екологічні наслідки війни та їх відображення в обліковій системі. Вісник економіки. №3, 2023. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2023.03.039>

16. Євтушенко Г.В., Тимохова Г.Б., Курilenko O.C. Аналіз форм реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в умовах бойових дій в Україні. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна серія «Економіка», 2022, (103), 91-96.

17. Єрмаков О. О. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Кієв, 2015. 191 с.

18. Єрмаков О.Ю., Нагорний В.В. Методологічні засади поширення корпоративної соціальної відповідальності в аграрних формуваннях України. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2016. Вип. 249. 506 с

19. Жиглей І.В. Соціально відповідальна діяльність: поняття, складові та передумови відображення у системі бухгалтерського обліку. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу, 2012, №3, с. 170-174.

20. Затеїщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. Бізнес Інформ, 2014, № 2, с. 202-205.

21. Зінченко А.Г., Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. Київ: Вид-во «Фарбований лист», 2010, 56 с.

22. Ігнатович Н., Тура В. Зарубіжний досвід розвитку соціального підприємництва. Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка, 12(165), 2014.

23. Казмерчук М. Т. Корпоративний кодекс як інструмент управління поведінкою персоналу підприємства. Управління розвитком, 2013, № 21, с. 7–

24. Каменко І.С. Соціальне підприємництво в Україні: Економіко-правовий аналіз. Аналітичний звіт для проєкту «EUNEIGHBOURS Розкриття потенціалу молодих соціальних підприємців в Молдові та Україні. 2020. URL: [https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020](https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/202011/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf)

11/Legal%20report%20in%20Ukraine_Ukrainian.pdf

25. Касич А. О., Яковенко Я. Ю. Звіт про стійкий розвиток як аналітичний інструмент формування корпоративної соціальної відповідальності. Ефективна економіка, 2014, №10.

26. Колет А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів. Економічна теорія, 2013, № 4, с. 5-26.

27. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. URL: <http://kbs.org.ua/index.php?get=14&id=5817>.

28. Король С.Я. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку: монографія Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016

29. Костирко Р.О. Інтегрована звітність у забезпеченні корпоративної соціальної відповідальності компаній. Науковий вісник Ужгородського університету, 2015, № 1, Т2, с. 305-310.

30. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Стандарт, 2005, 302

31. Кравченко, О.В., Овчарова Н.В. Теоретичні та методичні засади формування інтегрованої звітності України. Економіка та суспільство, 2016, №6, с. 359-366. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-6>.

32. Куцик В. І. Мойсеєнко І. В. Методичні основи оцінювання соціальної відповідальності підприємства. Сталій розвиток економіки. - 2018. - Вип. 3 (40). - С. 92-99.

33. Куць Т.В., Макарчук О.Г. Соціально-екологічні підходи у навчальній і науковій роботі університетів США. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2016. Вип. 249. 506 с.

34. Лазоренко Л. В. Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Сер. Економіка і менеджмент, 2013, №1, с. 89-96.

35. Ланченко Є.О. Методичні аспекти моніторингу системи соціально-трудових відносин у сільському господарстві. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2018. Вип. 290. 283 с.

36. Левицька Є. П. Теоретико-методологічні засади розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств сфери послуг. Ефективна економіка, 2012, №5

37. Левицька С. О. Соціальний облік: методичний підхід та організаційне забезпечення. Вісник Національного університету Львівська політехніка. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку, 2014, № 797, с. 255-262. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_36.

38. Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, затв. рішенням громадського об'єднання «Форум соціально відповідального бізнесу України» 16 грудня 2005 р.

39. Оболенський О.Ю. Державна служба: навч. посіб. КНЕУ, 2006, 472 с.

40. Охрімєнко О.С., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Київ. НТУ України «Київський політехнічний інститут». 2015

41. Пацула О.І. Облік і контроль соціальних витрат підприємства: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.09. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2007. 197 с.

42. Пацула О.І. Оцінка ефективності соціальної діяльності підприємства. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. 2015. Випуск 1. С. 174-181

43. Руденко С. В., Кондратюк О.М., Горєва А.С. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та нефінансова звітність. Ефективна економіка, 2020. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf.

44. Рябенко Л.М. Стратегічне управління вирішенням соціальних проблем аграрного бізнесу. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес». 2016. Вип. 249. 506 с.

45. Савчук В.К. Бізнес-соціальний аналіз розвитку підприємства. Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні: матеріали

VI Міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль, 22 трав. 2020 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2020.

46. Статистико-аналітичне забезпечення управління інноваційним розвитком економічних суб'єктів: колективна монографія за заг. ред. В.К. Савчука. К. ФОП Ямчинський О., 2020. 292 с.

47. Статистико-аналітичне забезпечення управління інноваційним розвитком економічних суб'єктів: колективна монографія. За заг. ред. В.К. Савчука. Київ. ФОП Ямчинський О., 2020, 292 с.

48. Стратегічний менеджмент: ситуації для аналізу. Видавничий дім "Вільямс", 2006, 928 с.

49. Стратегічний розвиток підприємств аграрної сфери економіки України: аналітико-прогнозна оцінка: колективна монографія за заг. ред. В.К.Савчука. К. ЦП «Компринт», 2017, 366 с.

50. Стратегічні пріоритети розвитку аграрних формувань: аналітично-прогнозна тренди: колективна монографія за заг. ред. В.К. Савчука. К. ЦП «Компринт», 2018, 375 с.

51. Юнісеф. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/> (дата звернення: 09.08.2023).

52. ISO – Management and Leadership Standards – ISO 26000 – Social Responsibility. URL: <http://www.iso.org/sr>.

53. Офіційний сайт The Magazine of Corporate Responsibility. URL: <http://business-ethics.com>.

54. Офіційний сайт видавництва «Springer». Розділ «Applied ethics and Social responsibility». URL: <http://www.springer.com/social+sciences/applied+ethics/journal/10551>

55. Офіційний сайт Міжнародної організації з стандартизації. Розділ ISO 26000 Керівництво з соціальної відповідальності. URL: <http://www.iso.org>