

Ткачова Світлана Сергіївна, канд. екон. наук, доц., кафедра менеджменту організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-27; e-mail: svetlanatkachova1@gmail.com.

Tkachova Svetlana, PhD in Economics, Department of Management, Assoc. Professor, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-27; e-mail: svetlanatkachova1@gmail.com.

Резник Маріанна Олегівна, технік III кат., магістрант, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-27.

Reznik Marianna, technician III categories, master of Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-27.

DOI: 10.5281/zenodo.4392820

УДК 658.114.5:657.37

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У ЗВІТНОСТІ КОРПОРАТИВНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

О.А. Круглова, В.О. Олім

Розглянуто використання нефінансової звітності у практичній діяльності підприємств. Визначено напрями формування звіту з управління. Наведено й охарактеризовано зміст нефінансових звітів корпоративних торговельних мереж.

***Ключові слова:** соціальна відповідальність, нефінансовий звіт, звіт з управління, підприємство торгівлі.*

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE REPORTING OF CORPORATE TRADE NETWORKS

O. Krulhova, V. Olim

The development of enterprises is associated with the implementation of projects aimed at ensuring the efficiency of their activities and strengthening the competitive position in the market. One of the factors of capital retention and

ensuring its profitability is the search for a balance between the interests of the enterprise and society, based on the implementation of the principles of social responsibility in the practice of enterprises.

The objective of the article is to diagnose the reporting of corporate trade networks in terms of providing them with information on the implementation of socially oriented activities and projects. To achieve this objective, the author identified trends in the publication of non-financial statements, noted methodological approaches to assessing the results of socially oriented activities of the enterprise, represented the content and features of the management report, made a comparative assessment of non-financial reports of corporate trade networks in Ukraine.

In this study, the author used methods of generalization and critical analysis, which allowed identifying trends in the implementation of non-financial reporting in the practice of enterprises and to determine the features of forming a management report, as well as the method of comparison – to determine the content of non-financial reporting submitted by corporate trade networks. It is noted that trade enterprises in Ukraine implement projects and programs of ecological and social orientation, but they do not provide their formalized description, which complicates the study of the effectiveness of social activities in terms of ensuring the development of corporate structures. For the conclusion on the information support of the assessment of the implementation of social responsibility in the practice of enterprises, the content of non-financial reports of the aggregate of corporate trade networks of Ukraine was studied.

According to the results of study, it is concluded that the social model of behavior in enterprises has not been actively implemented, non-financial reports have a different structure and contain different characteristics and indicators, which makes it impossible to compare the results of socially oriented activities of enterprises.

Keywords: *social responsibility, non-financial reporting, management report, trade enterprise.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Упровадження концепції стійкого розвитку є актуальним завданням для підприємств різних видів економічної діяльності, у тому числі й торгівлі. Аналіз тенденцій щодо публікації звітів соціальної відповідальності свідчить, що все більше торговельних компаній оприлюднюють нефінансову звітність загалом та інформацію про соціальну активність зокрема. У звіті «The Time Has Come» відзначено, що у 2020 р. 67 із 100 найбільших підприємств торгівлі у світі звітували про соціальну активність. Для порівняння, у 2017 р. таких підприємств було 63, у 2015 р. – 58 [1; 2]. Актуальність упровадження засад соціальної відповідальності у практику діяльності зумовлює доцільність емпіричних досліджень щодо практики впровадження та відображення результатів цієї діяльності на підприємствах України за видами економічної діяльності загалом та торгівлі зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дані Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності свідчать, що більшість українських компаній (83,0% підприємств досліджуваної сукупності) усвідомлюють відповідальність перед суспільством і впроваджують у діяльність заходи соціального спрямування [3, с. 13]. Водночас практика звітності щодо соціальної активності підприємств в Україні нерозповсюджена. Незважаючи на перманентне покращення впродовж 2014–2019 рр., у рейтингу Index of Economic Freedom Україна посідає низькі позиції (зокрема, у 2019 р. 147-ме місце серед 180 країн), що стримує український бізнес від відкритості й активного впровадження соціальної моделі поведінки. За даними досліджень [3, с. 43], основними перешкодами впровадження програм соціального спрямування, поряд із нестабільною політичною ситуацією в країні, визнано недосконалість нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, податковий тиск та брак коштів.

Аналіз наукових публікацій свідчить, що цільова настанова діяльності підприємства, яка формулюється як забезпечення сталого розвитку, досягається шляхом упровадження заходів економічного, соціального й екологічного спрямування, що є відображенням соціально відповідального ставлення господарюючого суб'єкта до учасників економічних відносин. У результаті узагальнення існуючих підходів до оцінювання соціальної активності підприємств визначено, що для оцінювання соціальної активності підприємства використовують два підходи: на основі сукупності показників (економічних, екологічних, соціальних) та комплексного показника, що відображає позицію підприємства в рейтингу. Для оцінювання соціальних аспектів діяльності підприємств науковці пропонують використання таких показників: для оцінювання економічних аспектів діяльності – показник соціальних інвестицій на одного працівника, відношення соціальних інвестицій до прибутку, для екологічних – кількість випадків перевищення екологічних норм, кількість порушень екологічних параметрів, соціальних – плінність кадрів, дефіцит робочої сили, внесок підприємства в розвиток соціальної сфери [4].

Щодо рейтингів соціальної активності зовнішніх агенцій, то крім сукупності показників, що подаються в нефінансових звітах, для оцінювання соціальної активності підприємств використовують індекси Domini Social Investment (DSI 400), Dow Jones Sustainability, FTSE4Good, Corporate Philanthropy, що побудовані з урахуванням декількох характеристик та дають можливість позиціонувати підприємство в рейтингу соціально відповідальних компаній.

Метою статті є діагностування звітності корпоративних торговельних мереж із точки зору подання в них інформації про впровадження соціально-спрямованих заходів і проєктів. Для реалізації цієї мети здійснено порівняльне оцінювання нефінансових звітів корпоративних торговельних мереж України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основними форматами подання результатів соціальної діяльності є Звіт про прогрес реалізації основних принципів Глобального договору ООН, Звіт зі сталого розвитку (відповідно до вимог GRI), Звіт за стандартами AA 1000. Також компанії можуть складати звіт про результати соціо-екологічної діяльності у вільній формі. Із 2018 р. в рамках гармонізації українського законодавства відповідно до європейських норм (Директива 2013/34/ЄС [5]) великі та середні підприємства формують звіти про управління, що складаються з фінансової та нефінансової частин. Відповідно до Методичних рекомендацій № 982 звіт про управління формується за такими напрямками: організаційна структура та опис діяльності підприємства; результати діяльності; ліквідність і зобов'язання; екологічні аспекти; соціальні аспекти та кадрова політика; ризики; дослідження та інновації; фінансові інвестиції; перспективи розвитку; корпоративне управління (для підприємств-емітентів) [6].

Незважаючи на прогресивний характер впровадження цього звіту у практику діяльності українських підприємств, він не вирішує проблем інформаційного забезпечення дослідження щодо напрямів та активності імплементації концепції стійкого розвитку. Відповідно до чинних рекомендацій нефінансову інформацію повинні вказувати великі та середні підприємства. Водночас, відповідно до опублікованих Центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності даних [3, с. 20], соціальні практики впроваджуються не тільки на великих і середніх, але й на малих підприємствах. Також у Методичних рекомендаціях зі складання звіту про управління [6] не визначено остаточного переліку інформації, що включають до нефінансової частини звіту. Відповідно до затверджених рекомендацій у звіті про управління необхідно навести інформацію про організаційну структуру компанії, надати опис і результати її діяльності, викласти дані про ліквідність і зобов'язання, довілля, кадрову політику, ризики, дослідження та інновації, фінансові інвестиції, перспективи розвитку, корпоративне управління. Разом із тим у методичних рекомендаціях (п. 3 Р. II) вказано на можливість розширення переліку напрямів і показників звіту про управління, що не сприятиме упорядкуванню інформації, створить певні труднощі для її систематизації й аналізу впроваджених соціальних практик.

Слід відзначити, що підприємства торгівлі в Україні хоча й реалізують проекти і програми екологічного й соціального спрямування, проте не надають формалізованого їх опису, що ускладнює дослідження ефективності соціальної діяльності з точки зору забезпечення розвитку корпоративних структур. За опублікованими даними, зі 100 підприємств в Україні тільки 65 оприлюднюють інформацію про соціальну діяльність, серед них тільки 5 підприємств торгівлі [7, с. 132].

Для розуміння проблематики формування інформації щодо соціально спрямованої діяльності торговельних компаній досліджено структуру і зміст нефінансових звітів п'яти торговельних компаній, які публікують такі звіти (табл. 1).

Таблиця 1

Зміст нефінансової звітності корпоративних торговельних мереж

Компанія	Звіт	Зміст
1	2	3
ГК «Фокстрот»	Звіт з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) [8]	Звернення керівника ГКФ до читачів, кадрова політика, захист прав споживачів, волонтерська діяльність; ековідповідальність, соціальні освітні програми, підтримка спорту, благодійність
Metro Group («Метро Кеш Енд Кері Україна»)	Звіт про корпоративну відповідальність. Екологічні підходи до торгівлі [9]	Екологічні підходи до торгівлі: сфера операційної діяльності, сфера формування асортименту, діяльність співробітників, соціальна діяльність компанії
ТОВ «Сільпо-Фуд»	Звіт про управління [10]	Загальні відомості про компанію, навчання і розвиток персоналу, історія розвитку компанії, інформація про асортиментну пропозицію, товари ВТМ, програму лояльності, логістику, еко-ініціативи, ключові ризики, SWOT-аналіз

Продовження табл. 1

1	2	3
АШАН (ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет»)	Звіт з корпоративної соціальної відповідальності [11]	Загальна інформація про компанію, напрями: співробітники, клієнти, довкілля, суспільство, відповідність стандарту GRI
ТОВ «АТБ-маркет»	Єдиний Звіт про управління [12]	Організаційна структура та опис підприємства, результати діяльності, ліквідність та зобов'язання, основні чинники ризиків, соціальні аспекти та кадрова політика, екологічні аспекти, дослідження та інновації, фінансові інвестиції, перспективи розвитку

Примітка. Складено на основі [8–12].

Проведений аналіз річних звітів корпоративних торговельних мереж (табл. 1) свідчить, що нефінансова інформація в них використовується здебільшого для комунікації з основними стейкхолдерами компанії (споживачами, акціонерами, партнерами, громадськістю) з метою інформування їх про результати й перспективи розвитку компанії й посилення на цій основі споживчої лояльності, довіри акціонерів, контрагентів, суспільства загалом. Слід відзначити, що внаслідок неузгодженості оцінних показників у нефінансових звітах підприємств складно визначити пріоритетні напрями та оцінити результативність реалізації соціально відповідальних практик на рівні підприємства. Нефінансові звіти мають різну структуру, містять різні характеристики та показники. Оскільки нефінансові звіти використовуються здебільшого для комунікації з основними стейкхолдерами компанії, інформація в них подається у вільній формі, що ускладнює моніторинг та дослідження ефективності впровадження концепції стійкого розвитку на підприємстві порівняно з іншими компаніями.

Висновки. Результати проведеного дослідження свідчать, що звітність про соціальну діяльність підприємств в Україні не набула розповсюдження, а її застосування унеможливорює порівняння результатів цієї діяльності. Перспективою подальших досліджень є обґрунтування методичного інструментарію для визначення результатів соціальної діяльності корпоративних торговельних мереж.

Список джерел інформації / References

1. “The Time has Come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020”, available at: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/11/the-time-has-come-survey-of-sustainability-reporting.html>

2. “The Road Ahead: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2017”, available at: <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2017/10/the-kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.html>

3. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018 / Зінченко А., Саприкіна М. – К. : Юстон, 2017. – 52 с.

Zinchenko, A., Saprykina, M. (2017), *Development of CSR in Ukraine: 2010–2018 [Rozvytok KSV v Ukraini]*, Yuston, Kyiv, 52 p.

4. Євтушенко В. А. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності: методи, об’єкти, показники / В. А. Євтушенко // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2013. – № 46. – С. 53–63.

Yevtushenko, V. (2013), “Assessment of corporate social responsibility: methods, objects, indicators” [“Otsinka korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: metody, obiekty, pokaznyky”], *Bulletin of the National Technical University “KhPI”*. *Technical progress and production efficiency*. No 46, pp. 53–63.

5. “Directive on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings of the European parliament and of the council” of 26 June 2013 No. 2013/34/EU, available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32013L0034>

6. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління [Електронний ресурс] : затв. Наказом Міністерства фінансів України 07.12.2018 № 982. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text>

“Methodical recommendations for compiling a management report. Approved by the Order of the Ministry of Finance of Ukraine” [“Metodychni rekomendatsii zi skladannia zvituu pro upravlinnia”], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18#Text>

7. Сокол Н. А. Соціальна відповідальність бізнесу: особливості реалізації в Україні та світі / Н. А. Сокол // Держава та регіони. – 2018. – № 3 (102). – С. 129–136.

Sokol, N. (2018), “Social responsibility of business: features of realization in Ukraine and the world” [“Sotsialna vidpovidalnist biznesu: osoblyvosti realizatsii v Ukraini ta sviiti”], *State and Regions*. No. 3(102), pp. 129–136.

8. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності групи компаній «Фокстрот» (2019) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://foxtrotgroup.com.ua/csr/global-compact.html>

“Foxtrot Group Corporate Social Responsibility Report” (2019), [“Zvit z korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti hrupy kompanii Fokstrot”], available at: <https://foxtrotgroup.com.ua/csr/global-compact.html>

9. Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2015–2016 фінансовий рік. Екологічні підходи до торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.metro.ua/about-metro/csr>

“Corporate Social Responsibility Report for the 2015-2016 financial year. Environmental approaches to trade” [“Zvit pro korporatyvnu sotsialnu vidpovidalnist za 2015-2016 finansovyi rik. Ekologichni pidkhydy do torhivli”], available at: <https://www.metro.ua/about-metro/csr>

10. Звіт про управління за 2018 ТОВ «Сільпо-Фуд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://silpo.ua/assets/Report_Silpo%20Food_2018_site.pdf

“Management report for 2018 “Silpo-Food” [“Zvit pro upravlinnia za 2018 TOV “Silpo-Fud”], available at: https://silpo.ua/assets/Report_Silpo%20Food_2018_site.pdf

11. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності. 2019. Ашан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://aristorsmi001.blob.core.windows.net/cms-content/ua/2019/11/AUCHAN-REPORT2019-web.pdf>

“Corporate Social Responsibility Report. 2019. Auchan” [“Zvit z korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti. 2019. Ashan”], available at: <https://aristorsmi001.blob.core.windows.net/cms-content/ua/2019/11/AUCHAN-REPORT2019-web.pdf>

12. Єдиний Звіт про управління ТОВ «АТБ-маркет» та його дочірньої компанії (групи). 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://atb.ua/web/content/3506-3506/Unified_Management_Report_2019.docx

“Unified Management Report of ATB-Market LLC and its subsidiary (group). 2019” [“Yedynyi Zvit pro upravlinnia TOV ATB-market ta yoho dochirnoi kompanii (hrupy). 2019”], available at: https://atb.ua/web/content/3506-3506/Unified_Management_Report_2019.docx

Круглова Олена Анатоліївна, канд. екон. наук, проф., кафедра економіки та управління, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-94; e-mail: olenakruhlova@gmail.com.

Kruhlova Olena, PhD in Economics, Prof., Department of Economics and Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-94; e-mail: olenakruhlova@gmail.com.

Олім Валентин Олександрович, асп., кафедра економіки та управління, Харківський державний університет харчування та торгівлі. Адреса: вул. Клочківська, 333, м. Харків, Україна, 61051. Тел.: (057)349-45-94; e-mail: hduht.keu@gmail.com.

Olim Valentin, Postgraduate Student, Department of Economics and Management, Kharkiv State University of Food Technology and Trade. Address: Klochkivska str., 333, Kharkiv, Ukraine, 61051. Tel.: (057)349-45-94; e-mail: hduht.keu@gmail.com.

DOI: 10.5281/zenodo.4392822