

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Західноукраїнський національний університет**  
**Факультет економіки та управління**  
**Кафедра менеджменту, публічного управління та персоналу**

**ФОРМУВАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Спеціальність:073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма - Менеджмент

Кваліфікаційна робота за ступенем вищої освіти «Бакалавр»

Виконала студентка групи МЕН-41

Марущак Анастасія Андріївна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

О.Ф. Овсянюк- Бердадіна

Випускню кваліфікаційну роботу

допущено до захисту

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024р.

Завідувач кафедри

д.е.н., професор М.М. Шкільняк

\_\_\_\_\_  
*Прізвище, ініціали, підпис*

ТЕРНОПІЛЬ - 2024

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СУТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ</b>	<b>6</b>
<b>РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ</b>	<b>12</b>
2.1 Аналіз процедури формування нефінансової звітності організаціями	12
2.2 Моніторинг нефінансової звітності компанії КМРГ	17
<b>РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ФОРМУВАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ</b>	<b>26</b>
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>35</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>38</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Багато країн і регіонів запроваджують регуляції, які вимагають від компаній розкривати нефінансову інформацію. Наприклад, Європейська Директива про нефінансову звітність (NFRD) вимагає від великих підприємств публікації інформації про екологічні, соціальні та управлінські питання. Дотримання цих вимог є необхідним для уникнення штрафів та забезпечення відповідності правовим нормам. Нефінансова звітність допомагає організаціям краще розуміти та управляти ризиками, пов'язаними з екологічними, соціальними та управлінськими аспектами їхньої діяльності. Це включає такі питання, як зміна клімату, соціальна нестабільність, управління людськими ресурсами та корпоративна етика. Звітність дозволяє виявити потенційні проблеми на ранній стадії та вжити відповідних заходів для їхнього вирішення.

Інвестори все більше орієнтуються на компанії, які демонструють відповідальне ставлення до екологічних та соціальних питань. Включення нефінансової інформації в звітність може зробити компанію привабливішою для інвесторів, які шукають довгострокові та стійкі вкладення. Дослідження показують, що компанії з високими показниками ESG (Environmental, Social, Governance) мають тенденцію до кращих фінансових результатів і знижених ризиків. Компанії, які прозоро повідомляють про свої нефінансові досягнення та зусилля, зокрема у сфері соціальної відповідальності та екологічних ініціатив, можуть значно покращити свою репутацію. Це може сприяти підвищенню лояльності клієнтів, залученню нових клієнтів і зменшенню витрат на управління репутаційними кризами.

Враховуючи наведені вище аргументи щодо доцільності формування нефінансової звітності сучасними організаціями, обрана для дослідження тематика є актуальною та вагомюю з позиції як теорії, так і практики їх діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та наукових праць.** Тематика нефінансової звітності є малодослідженою, хоча в останні роки вітчизняні науковці

розпочали дослідження у цьому напрямку, зокрема такі як Безверхий К. [1,2], Блакита А. [4], Герасименко О. [7], Жиглей І. [11], Овсянюк-Бердадіна О. [22], Руденко О. [26], Тютлікова В. [28] та інші. Однак узагальнення висновків наукових доробків вітчизняних учених та вироблення власних пропозицій є актуальним, враховуючи нові виклики сьогодення та майбутнього.

**Мета кваліфікаційної роботи** - дослідження теоретичних, методичних засад формування нефінансової звітності задля вироблення практикоорієнтованих пропозицій щодо удосконалення цього процесу.

**Завдання роботи:**

- означення суті й необхідності формування нефінансової звітності організацій,
- проведення аналізу процедури формування нефінансової звітності організаціями,
- дослідження методик формування нефінансової звітності компанією KPMG,
- вироблення пропозицій щодо доцільних інструментів активізації формування нефінансової звітності організацій.

**Об'єктом дослідження** є нефінансова звітність організацій.

**Предметом дослідження** - методичні та управлінські підходи до формування нефінансової звітності організацій.

**Методи дослідження.** Логіка дослідження побудована на використанні низки методичних підходів та методів. Зокрема синтез та узагальнення - для означення суті й необхідності формування нефінансової звітності організацій, аналіз - для опису процедури формування нефінансової звітності організаціями, порівняння - в напрямку дослідження методик формування нефінансової звітності компанії KPMG, моделювання - для вироблення пропозицій щодо доцільних інструментів активізації формування нефінансової звітності організацій.

**Практична значимість роботи** полягає у тому, що сформовані пропозиції щодо процедури складення нефінансової звітності можуть бути використані різними організаціями задля посилення їх соціальної відповідальності та додержання принципів Сталого розвитку.

# РОЗДІЛ 1

## СУТЬ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сьогодні, наша країна поступово наближає свою інституційну базу до Європейського Союзу, тому постає нагальне питання щодо визначення економічної сутності поняття “нефінансова звітність” організації. У цьому напрямку на практиці часто виникає не розуміння щодо того, чи це є окремою звітністю організації, чи є вона ідентичною загальній інтегрованій звітності. Гідно до вимог законодавства Європейського Союзу великі підприємства обов’язково мають готувати нефінансовий звіт, котрий повинен містити інформацію про мінімум такі аспекти: питання зайнятості, охорона навколишнього середовища, соціальні питання в контексті боротьби з корупцією, повагою прав людини та хабарництвом. Цей звіт має включати опис результатів, застосовуваної політики, ризиків щодо вищезазначених питань, та бути включеним в звіт про управління організацією.

Нефінансовий звіт має також охоплювати інформацію про застосування процесу дью-ділідженс, що реалізується в організації, та інформацію, що охоплює опис ланцюгів поставки, відповідних договорів субпідряду задля запобігання, виявлення чи пом’якшення існуючих та потенційних несприятливих наслідків діяльності організації. У цьому контексті зазначимо, що «дью-ділідженс (англ. належна обачність, належна добросовісність) - процедура складання об’єктивного уявлення про об’єкт інвестування, що включає оцінювання інвестиційних ризиків, незалежне оцінювання об’єкта інвестування, всебічне дослідження діяльності компанії, комплексну перевірку її фінансового стану і положення на ринку» [2].

Нефінансова звітність зумовлює підвищенню довіри з боку стейкхолдерів до організації. Це відбувається через розкриття інформації за такими ключовими напрямками як соціальне благополуччя, економічна

стійкість, екологічна стабільність. Нефінансова звітність сприяє більш стійкій та успішній діяльності організації за допомогою своєчасного задоволення інформаційних потреб стейкхолдерів щодо соціальних економічних, екологічних показників діяльності організації.

Одним з ключових кроків в напрямку впровадження нефінансової звітності є їх чітке регламентування, оскільки в більшості українських звітів переважає їх описовість. Уведення в нефінансову звітність не тільки якісних, а й кількісних показників, які б вимірювали результативність інвестицій у людський капітал та вплив від реалізації цих заходів є важливим та актуальним завданням сьогодення.

Нині нефінансова звітність виступає своєрідним публічним інструментом інформування співробітників, партнерів, акціонерів, клієнтів, суспільства щодо того, як й якими темпами організація реалізує закладені у її стратегічних планах розвитку цілі стосовно соціального благополуччя, економічної стійкості й екологічної стабільності суспільства загалом. Нефінансова звітність демонструє релевантну інформацію про ділову стратегію організації, етику бізнесу, участь в екологічній та соціальній політиці розвитку суспільства та економічної системи згідно різних методик та форми відображення інформації.

У науковій літературі нефінансову звітність досліджують як важливий елемент системи менеджменту, підвищення інформаційної прозорості та дієвий підхід діалогу із стейкхолдерами. На наш погляд, саме тому усе більше організацій в світі долучаються до нових трендів та формують нефінансові звіти їх діяльності.

В інформаційному супроводі діяльності організації нефінансова звітність документально оформлюється як сукупність її даних, що відображає середовище існування організації, принципи й методи її співпраці з стейкхолдерами, результати її діяльності в соціальній, економічній та екологічній сфері життя суспільства. Таким чином, нефінансова звітність є інструментом соціально відповідального бізнесу, що надає інформацію про

вплив організації на економіку, суспільство, ринкове й навколишнє середовище, описуючи діяльність організації у відповідному змістовому контексті.

При формуванні нефінансової звітності організації можуть використовувати національні рамкові підходи чи загальноєвропейські. «Наприклад систему екологічного менеджменту та аудиту (EMAS - Eco-Management and Audit Scheme), або міжнародні підходи, такі як Глобальний договір ООН ((UN) Global Compact), Керівні принципи підприємницької діяльності в аспекті прав людини (Guiding Principles on Business and Human Rights), здійснюючи рамковий підхід Організації Об'єднаних Націй, що стосується “захисту та засобів правового захисту”, Керівні принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств (Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Guidelines for Multinational Enterprises), Стандарт ISO 26000 - “Керівництво з соціальної відповідальності” (International Organisation for Standardisation's ISO 26000), Тресторонню декларацію принципів, що стосуються багатонаціональних корпорацій і соціальної політики Міжнародної організації праці, Керівництво зі звітності у сфері сталого розвитку Глобальної ініціативи зі звітності або інші визнані міжнародні підходи» [28].

Часто нефінансовий звіт розкриває особливості реалізації сталого розвитку організації, несе інформацію про економічні та водночас соціальні індикатори, тобто особливості діяльності, що не можуть бути визнані в стандартному фінансовому аналізі, хоча зазвичай ці показники мають фінансові наслідки, залежно від якості управління ними (екологічні, соціальні, управлінські показники) з урахуванням мети і цілей функціонування підприємства та сторін впливу у цілому. Як правило, нефінансова звітність є звітністю, яка базується на індикативних показниках економічної, екологічної та соціальної траєкторії або конкретних заходів такого спрямування діяльності організації.



Аналізуючи наукові джерела по обраній тематиці дослідження нами згруповано основні визначення нефінансової звітності організації, які наводяться у науковій літературі (див. табл. 1.1).

На сьогодні формування нефінансової звітності організацій стає все більш важливим аспектом внутріорганізаційного управління та стійкого розвитку. Нефінансова звітність охоплює широкий спектр інформації, яка доповнює традиційну фінансову звітність і забезпечує більш повне уявлення про діяльність організації. Нами узагальнено ключові причини, необхідності формування нефінансової звітності.

Таблиця 1.1

### Основні визначення нефінансової звітності організації

---

Нефінансова звітність надає значно більше інформації про вплив компанії на суспільство, економіку та навколишнє середовище, описуючи діяльність компанії у відповідному суспільному контексті

---

Нефінансова звітність - це документально оформлена сукупність даних підприємства чи організації незалежно від форми власності, що відображає середовище існування компанії, принципи та методи її співпраці з групами впливу, результати її діяльності в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства з метою надання стейкхолдерам (акціонерам, співробітникам, партнерам, клієнтам і суспільству) інформації нефінансового характеру в контексті сталого розвитку та на його принципах

Бізнес-структури, що посідають провідні позиції в своїй галузі та в світі, будучи публічними та сприйнятливими до інноваційних ідей, вважають нефінансову звітність атрибутом своєї корпоративної поведінки та придбання позитивного іміджу в суспільному середовищі

Нефінансова звітність (про стійкий розвиток, корпоративну стійкість) у найбільш загальному розумінні - це звітність організації про економічні, екологічні та соціальні результати діяльності, це інституціональне відображення у спеціальній документації стану впровадження концепції соціальної відповідальності.

Нефінансовий звіт спочатку виконував інформаційну функцію і призначався для певного кола зацікавлених сторін, потім став засобом взаємодії із зацікавленими сторонами, потім - засобом стратегічного планування та аналізу діяльності підприємств.

Нефінансова звітність відокремлених структурних підрозділів господарських структур - це документ, який формується підприємством (чи організацією) самостійно та призначений для інформування його стейкхолдерів про результати досягнення цілей, встановлених у стратегії соціальної відповідальності.

На нефінансову звітність покладається функція додаткового пояснення сум, відображених у річних фінансових звітах, і в ній мають міститись посилання на зазначені звіти

Примітка. Складено на основі [1, 13,23, 30]

1.

Прозорість та довіра. Нефінансова звітність підвищує прозорість діяльності організації, що сприяє зміцненню довіри з боку інвесторів, клієнтів, працівників та інших зацікавлених сторін. Вона дозволяє побачити, як

організація управляє своїм впливом на навколишнє середовище, суспільство та корпоративне управління (ESG - Environmental, Social, and Governance).

2. Стійкий розвиток. Організації, які включають нефінансову звітність, можуть краще керувати своїми ризиками та можливостями, пов'язаними з екологічними та соціальними аспектами. Це сприяє довгостроковій стійкості бізнесу і підтримці стійкого розвитку.

3. Регуляторні вимоги. У багатьох країнах впроваджуються закони та регуляції, які вимагають від великих компаній публікації нефінансової інформації. Наприклад, в Європейському Союзі діє Директива про нефінансову звітність, яка вимагає від великих компаній розкриття інформації про екологічні, соціальні та управлінські аспекти їхньої діяльності.

4. Залучення інвесторів. Інвестори все частіше враховують нефінансові показники при прийнятті інвестиційних рішень. Вони прагнуть вкладати кошти в компанії, які демонструють відповідальне ставлення до навколишнього середовища та суспільства, що знижує ризики та підвищує потенціал для довгострокових прибутків.

5. Покращення репутації. Звітність про соціальні та екологічні ініціативи допомагає покращити репутацію організації, демонструючи її прихильність до відповідального бізнесу. Це може підвищити лояльність клієнтів і залучити талановитих працівників, які поділяють цінності компанії.

6. Покращення внутрішнього управління. Процес складання нефінансової звітності сприяє покращенню внутрішнього управління, оскільки вимагає збору та аналізу даних про різні аспекти діяльності компанії. Це може допомогти ідентифікувати проблеми та можливості для покращення.

Основними компонентами нефінансової звітності є екологічна інформація, яка включає особливості управління відходами й використання ресурсів, соціальна інформація, що охоплює працевлаштування, права людини, вплив на місцеві громади та внутріорганізаційні аспекти

менеджменту, зокрема етичні норми, структура управління, антикорупційні заходи.

Ряд директив ЄС інституційно визначають, що великі підприємства, діяльність котрих має значний суспільний вплив середня кількість працюючих впродовж фінансового року, складає 500 осіб, мають включити у звіт щодо внутріорганізаційного управління інформацію нефінансового характеру, яка повинна описувати особливості його функціонування й безпосередній вплив його діяльності як мінімум в таких аспектах: соціальному, екологічному, та питаннях поваги прав людини, боротьби із хабарництвом й корупцією, зайнятості. Також такий звіт має включати:

- «короткий опис поточної бізнес-моделі підприємства;
- опис політики, яку здійснює суб'єкт економічної діяльності щодо вищевказаних аспектів, включаючи впровадження процесу дью-ділідженс;
- результати політики щодо вищевказаних аспектів, які були при цьому досягнуті;
- істотні ризики, пов'язані із зазначеними питаннями, які виникають у зв'язку з діяльністю компанії і можуть залежати від суб'єкта економічної діяльності, включаючи комерційні відносини з іншими контрагентами, продукцію та послуги, які з високою ймовірністю можуть викликати значні несприятливі наслідки у вищевказаних сферах, а також інформацію про те, які кроки зроблені компанією для управління цими ризиками;
- ключові індикатори нефінансового характеру, які стосуються відповідного бізнесу» [31].

Таким чином, формування нефінансової звітності дозволяє організаціям ефективніше управляти своїм впливом на суспільство і довкілля, сприяючи стійкому розвитку та підвищуючи свою конкурентоспроможність на ринку.

## РОЗДІЛ 2

### ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

#### 2.1 Аналіз процедури формування нефінансової звітності організаціями

Нефінансове звітування як правило застосовується в системі управління соціальною відповідальністю організації. Показовим прикладом для розуміння, де знаходиться нефінансова звітність в процесі менеджменту організації, може слугувати типова модель управління соціальною відповідальністю наведена на рисунку 1.1.



**Рис. 2.1 Типова модель управління соціальною відповідальністю організації в контексті побудови нею нефінансової звітності**

Примітка. Складено на основі [20]

Згідно цієї моделі організації під час формування нефінансової звітності проходять п'ять етапів: Перший етап включає внутрішню діагностику як самодіагностику всіх потенційних нефінансових ризиків діяльності організації.

Зовнішня діагностика обов'язково передбачає залучення стейкхолдерів до аналізу. Третій етап охоплює затвердження й впровадження проектів й відповідних програм. На четвертому етапі групуються досягнення визначених заходів під час впровадження проектів. Заключний етап включає зовнішню і внутрішню комунікацію.

"За даними дослідження Інституту відповідальності інвесторів близько 78% компаній у світі готують нефінансові звіти, а також, все більше компаній (40% на міжнародній арені) почали включати нефінансові показники в щорічні звіти"[26].

Безпосередньо оприлюднення нефінансового звіту є відправною точкою комунікації про соціальну відповідальність організації, а відгуки на нефінансовий звіт допомагають в процесі самодіагностики та покращення як процесу менеджменту організації, так і самого звіту у наступному звітному періоді.

Як і будь-який інший інструмент менеджменту, нефінансова звітність забезпечує вигоди для організації. Як правило, вигоди від формування нефінансової звітності безпосередньо пов'язані із вигодами від ведення бізнесу в соціально відповідальний підхід та від бізнес-процесів, побудованих навколо нефінансової звітності. Під час складання звіту організація одержує можливість проаналізувати власну стратегію розвитку, здійснити об'єктивну оцінку нефінансових ризиків, залучити керівників, відповідальних за функціональні напрямки діяльності організації та визначити роль і дати оцінку впливу організації на суспільство (див. табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Мотивація стейкхолдерів до користування соціальною звітністю**

Окремі зацікавлені сторони	Мотивація до користування соціальною звітністю
Керівництво компанії й акціонери	Можливість мати якнай докладнішу інформацію про економічні, екологічні, соціальні аспекти діяльності, суспільне визнання та суспільний вплив компанії. Особливу цінність становить інформація про дотримання етики бізнесу, лояльність клієнтів, стан корпоративної культури, задоволеність персоналу, дотримання законодавчих вимог, динаміку довіри до компанії з боку інститутів громадянського суспільства. Матеріали соціальної звітності – це нові можливості самоаналізу та крок на шляху дальшого стійкого розвитку. Наявність цієї інформації дає можливість виявляти ризики та відкривати нові можливості для розвитку бізнесу.
Персонал компанії та його представницькі органи (виробничі ради, профспілки та ін.)	Одержання докладної інформації про дії та плани компанії щодо формування компенсаційного пакета, реалізації соціальних програм, реструктуризації бізнесу, поліпшення умов праці, створення нових робочих місць.
Бізнес-партнери	Можливість з'ясувати, чи є їхній партнер надійною організацією, чи дотримується остання етичних принципів ведення бізнесу, чи не порушує прав людини у сфері безпосереднього докладання праці, чи дотримується міжнародно-поведових норм, чи є ризик втратити (погіршити) імідж через співробітництво з цією організацією.
Конкуренти	Можливість порівняння власних ініціатив у царині КСВ і нефінансових показників з ініціативами та показниками інших компаній (як конкурентів, так і не конкурентів). Це дає змогу виявити потенційні ризики, опрацювати заходи щодо вдосконалення своєї діяльності та поліпшити чи зберегти імідж.
Споживачі	Одержання інформації щодо якості та ціни на товари і послуги, змін у товарній політиці на перспективу, екологічної результативності компанії, дотримання соціально-трудових норм на виробництві. Остання інформація вкрай потрібна з огляду на те, що в багатьох країнах поширюється рух відповідальних споживачів, які відмовляються від споживання товарів, унаслідок виробництва яких завдано значної шкоди навколишньому середовищу або порушені права людини.
Державні органи й органи місцевого самоврядування	Можливість порівняння задекларованої місії у статутних, інших документах з реальною участю компанії у розв'язанні соціальних та екологічних проблем регіону; оцінки вигод або витрат у зв'язку з присутністю компанії на конкретній території. Одержання інформації, необхідної для розроблення програм соціально-економічного розвитку та охорони навколишнього середовища в країні, регіоні, іншій територіальній одиниці.

Примітка. Складено на основі [25]

За умови ефективного використання нефінансового звітування, воно здатне стати потужним й дієвим інструментом стратегічного планування діяльності організації. "Дослідження демонструють, що оприлюднення нефінансового звіту значно впливає на сприйняття організації клієнтами звіту. 90 % споживачів зазначили, що звіт суттєво вплинув на їх погляди на організацію. З них 85 % зазначили, що вплив був однозначно позитивним" [19].

В Україні серед стандартів нефінансової звітності популярним є стандарти GRI. Однак нерозробленість в Україні методичного інструментарію є наслідком існування різних видів звітів. Кожна організація визначає формат соціальної звітності згідно до власних потреб.

Показники соціальних звітів акумулюються шляхом використання технічних протоколів GRI. Часто менеджмент організацій керується власним фаховим баченням індикаторів та показників соціальної відповідальності.

Для формування нефінансової звітності використовується стандарт AA1000, який слугує доповненням до стандарту GRI, бо уточнює процедуру підготовки й подальшої перевірки соціального звіту, показники для проведення оцінки.

Прикладним завданням цього стандарту є посилення підзвітності організацій перед суспільством шляхом максимального залученню стейкхолдерів, урахуванню їх думки під час аналізу діяльності організації. Стандарт володіє універсальним характером, однак здебільшого застосовується організаціями, діяльність котрих чинить значний вплив на суспільство враховуючи особливості технологічних процесів. Цей стандарт застосовується задля вимірювання результатів діяльності організації з етичних позицій та описує процедуру та набір критеріїв, за допомогою котрих може бути здійснений етичний і соціальний аудит їх діяльності.

Головною відмінністю стандарту AA1000 від інших стандартів є необхідність для його реалізації впровадження в повсякденну практику

організації системи постійного діалогу зі стейкхолдерами на основі низки принципів:

1) потреба врахування інтересів зацікавлених осіб, що забезпечує вірогідність інформації про актуальні соціальні ініціативи, та підхід, що дозволяє нівелює лобювання підприємцями неетичних схем соціального інвестування;

2) дотримання принципу відносності, за якого зацікавлені особи мають можливість порівнювати запропоновані різними організаціями соціальні проекти;

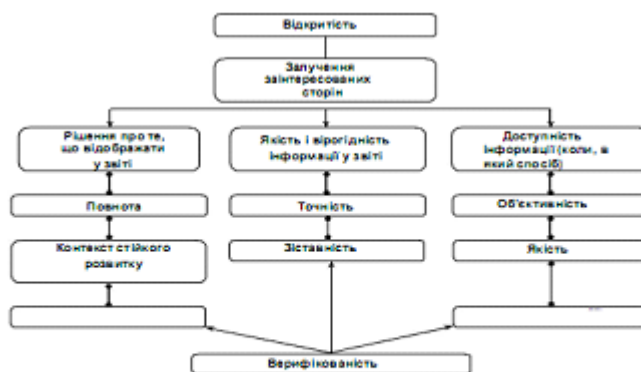
3) забезпечення принципу реальності, який передбачає декларування фінансово й технічно обґрунтованих соціальних проектів бізнесу.

У цьому контексті варто зазначити, що стандарт AA1000 не лише забезпечує збір інформації щодо соціальних проектів, але й дає можливість з'ясувати слабкі місця в процесі соціальної відповідальності організації за допомогою:

- оцінювання системи управління, включаючи сприйняття впливу менеджменту організації на суспільство;
- реалізація зовнішнього контролю задля ідентифікації, оцінки й ефективного управління ризиками, що виникають під час взаємодії організації з різними суспільними групами;
- забезпечення суспільства інформацією про соціальну складову в діяльності організації;
- формування конкурентних переваг на засадах розвитку сфери соціальної відповідальності.

Як правило, віддзеркалення результативності реалізації підходів соціальної відповідальності на різних рівнях може відбуватися в організаційному, економічному, соціальному вимірах. Аналіз абсолютних й відносних показників за попередні роки, й прогноз на найближчу перспективу, дає можливість відобразити тренди щодо реалізації соціальної відповідальності організацією.

В вітчизняній практиці звітності і обліку первинними є цілі обліку, а цілі звітності мають підпорядкований характер (рис. 2.2).



**Рис. 2.2 Принципи побудови нефінансової звітності**

Примітка. Складено на основі [16]

Тому одним із способів посилення соціальної відповідальності організацій є впровадження соціального обліку у систему бухгалтерського обліку. У цьому напрямку актуалізується проблема формування соціальної облікової політики, щоб сформувати методологію обліку, з'ясувати вимоги про призначення соціально значущої інформації й її вірогідності.

В Україні сформувалася група організацій лідерів нефінансового звітування, що значною мірою визначають вектор його розвитку, реалізуючи роль фарватером змін. В Україні перший звіт з соціальної відповідальності був підготовлений й опублікований у 2005 році організацією «Систем Кепітал Менеджмент». Така ініціативність організації дозволила їй одержати одне з найважливіших місць в сфері розвитку соціальної відповідальності, і на сьогодні ця організація єдина серед вітчизняного підприємництва підготувала чотири соціальних звіти.

Згідно із дослідженням проведеним Центром розвитку корпоративної соціальної відповідальності тільки 13% вітчизняних організацій готують нефінансові звіти. Серед них - Coca-Cola, ТОВ «Нова Пошта», ТОВ «Нестле Україна».

В Україні актуальними для розвитку нефінансового звітування є нові вимоги закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», де йдеться про обов'язкове формування великими організаціями «Звіту про



управління» за підсумками року. Цей звіт є документом, що включає фінансову і нефінансову інформацію, що характеризує стан та перспективи розвитку організації й розкриває основні невизначеності та ризики його діяльності.

Для вітчизняних організацій однією з головних проблем, яка пов'язана з формуванням «Звіту про управління», є відсутність чітких вимог про інформацію, що повинна розкриватись в звіті. При цьому варто зазначити, що у змісту закону є відсутніми вимоги і пояснення про структуру, зміст і формат цього звіту.

## **2.2 Моніторинг нефінансової звітності компанії KMPG**

Моніторинг нефінансової звітності вітчизняних та зарубіжних організацій може бути важливим інструментом для різних цілей, включаючи оцінку сталості бізнесу, виявлення ризиків, виконання регуляторних вимог та оцінку сталість управління. Це охоплює багато аспектів, включаючи соціальну відповідальність підприємств, екологічну стійкість, корпоративну культуру, робочі умови, дотримання прав людини, інноваційність та інші.

Для вітчизняних організацій моніторинг нефінансової звітності може бути виконаним через внутрішні системи контролю, звітність перед регуляторами або добровільно публікувані звіти про сталість підприємства. Щодо зарубіжних організацій, може бути корисним використання звітності, яку вони подають у відповідності до міжнародних стандартів, таких як Global Reporting Initiative (GRI) або Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Моніторинг нефінансової звітності може включати як кількісні метрики, такі як викиди CO<sub>2</sub> або кількість проектів корпоративного спонсорства, так і якісні аспекти, такі як стратегії управління ризиками або заходи з розвитку персоналу. Важливо, щоб моніторинг був систематичним, об'єктивним і враховував ключові стейкхолдери організації.

Вимоги від стейкхолдерів до організації щодо нефінансового звітування посилилися на початку 80-х минулого століття, коли фонди соціальних інвестицій в США і Великобританії почали відстежувати соціальні аспекти діяльності організацій та загалом етику бізнесу. Згодом нефінансовим звітуванням почало охоплюватися усе більше організацій, і у 1997 році за підтримки Програми ООН було створено методику GRI.

Дослідження, проведене спільно KPMG - міжнародною мережею незалежних фірм, що надають аудиторські, податкові та консультаційні послуги, виявило, що у 30 розглянутих ними країнах існує:

- 142 національні стандарти чи закони з певними вимогами або інструкціями щодосоціального звітування,
- приблизно дві третіх цих стандартів(65 %) можна вважати обов'язковими, а третину - (35 %) – добровільними,
- існує 16 стандартів, які описують вимоги до звітування на глобальному або регіональному рівні,
- науковою та практикою вже сформовано 14 стандартів оцінки звітності.

Загалом метою створення KPMG є сприяння у формуванні прозорого, підзвітного та добросовісного бізнесу, який діє на користь суспільства та змінює світ на краще. KPMG орієнтується на створення культури інклюзивного лідерства, коли менеджмент дозволяє співробітникам відчувати себе цінними, неупереджено поважає відмінності членів команди, засуджує будь яку дискримінацію.

Створення Impact Комітету як структурного підрозділу KPMG є яскравим тому прикладом. Це є колективний орган прийняття рішень щодо стратегії соціальної відповідальності, котрий забезпечує не тільки прозорість процесу прийняття рішень щодо досягнення зобов'язань, але й ефективним інструментом задля розширення зобов'язань й контролю за їхнім виконанням.

Щороку KPMG в Україні ставить собі за мету підвищити якість виконання екологічних, соціальних та управлінських зобов'язань задля

досягнення цілей сталого розвитку. Одним із способів досягнення цієї мети є регулярна оцінка практичних результатів заходів, проектів та інновацій. Така оцінка допомагає цій організації зрозуміти, що вона на вірному шляху і в якому напрямку рухатись далі для досягнення цілей.

У 2021 році KPMG започаткувала щорічне нефінансове звітування, яке об'єднує та презентує дані щодо колективних ESG-зобов'язань незалежних фірм KPMG, що входять до складу KPMG International – OurImpactPlan. Цей звіт описує чотири пріоритетні напрями, за якими здійснюється звітування - управління, люди, планета та подальші орієнтири діяльності.

Після повномасштабного вторгнення армії РФ на територію України у лютому 2022 року KPMG в Росії та Білорусі більше не належать до мережі фірм KPMG. Таке рішення обумовило інтеграцію KPMG в Україні до субрегіону Центральної та Східної Європи (CentralandEasternEurope), що є складовою регіону Європа, Близький схід та Африка. Сьогодні KPMG в Україні самостійно визначає стратегію та вектор свого розвитку, покращує внутрішні політики, обмінюючись досвідом та найкращими бізнес-практиками з іншими 16 фірмами країн регіону (Чехія, Словаччина, Угорщина, Сербія, Косово, Польща, Румунія, Хорватія, Албанія, Чорногорія, Молдова, Болгарія, Словенія, Боснія і Герцеговина, Північна Македонія).

На підтримку позиції щодо ведення прозорої діяльності KPMG сформував широку програму боротьби з хабарництвом і корупцією. Вона включає детальну політику, що застосовується до усіх фірм KPMG та їх співробітників, а також навчання, процедури комплаєнсу і міжнародну гарячу лінію для надання повідомлень про корупцію.

KPMG розробила та реалізує програми моніторингу, які оцінюють дотримання фірмами KPMG ключових політик і процедур KPMG, а також актуальність, адекватність та ефективність ключових політик й процедур контролю якості. Результати та уроки цих програм поширюються в кожній фірмі-учасниці, а загальні висновки цих програм розглядаються на регіональному та глобальному рівнях.

Дві міжфункціональні програми – Програма оцінки якості і Глобальна перевірка відповідності – контролюють дотримання певних політик KPMG (у тому числі, з використанням ризик-орієнтованого підходу, тих, що стосуються боротьби з хабарництвом та корупцією) на рівні самої організації. Щоб полегшити повідомлення про потенційні чи ймовірні порушення політики KPMG, законів чи професійних стандартів, у тому числі тих, що стосуються боротьби з хабарництвом, у KPMG працює “гаряча лінія“, за допомогою якої співробітники, клієнти та інші треті особи можуть конфіденційно повідомити про свої побоювання щодо певних сфер діяльності будь-якого підрозділу KPMG чи окремих співробітників.

Протягом весни 2022 року команда юристів KPMG в Україні безкоштовно провела для Міністерства економіки України комплексний аналіз запроваджених міжнародних санкцій у фінансовій та торговій сферах у зв'язку з російською агресією, в тому числі, в таких юрисдикціях, як Великобританія, Японія, США, ООН, ЄС. Фахівці KPMG в межах своєї фахової експертизи надали пропозиції щодо мінімізації випадків уникнення підсанкційними особами накладених санкцій.

Важливий масштабний урядовий проект, до якого були залучені працівники KPMG в Україні, мав місце у липні 2022 року став плану відновлення України. Для його розробки команда KPMG в Україні долучилась до розробки розділів плану щодо відновлення економічної, екологічної, енергетичної галузей та з питань діджиталізації.

Одним із керівних принципів ООН, закріплених Глобальним договором ООН є повага до прав людини. Тому KPMG в Україні керується цим принципом у своїй внутрішній комунікації, у процесі надання професійних послуг та взаємодії з підрядниками і неурядовими організаціями.

Етична поведінка у сфері праці, недискримінація, повага до трудових та інших прав працівників є однією з ключових цінностей діяльності KPMG. Глобальний кодекс поведінки KPMG передбачає нульову толерантність до

незаконних чи неетичних проявів, а також до будь-яких інших порушень прав людини - як в її межах, так і у відносинах стейкхолдерами.

Дотримуючись базових принципів ООН у сфері бізнесу та прав людини, KPMG International та фірми-члени її мережі:

- беруть на себе зобов'язання не порушувати чи не сприяти порушенню прав людини в межах власної діяльності й сприяти вирішенню питання такого порушення, за умови його настання;

- запобігають та пом'якшують негативний вплив на права людини, безпосередньо пов'язаний з діяльністю організації, продукцією або наданими послугами.

Під час ракетних обстрілів території України росією, спрямованої на знищення енергетичної інфраструктури України, офіси KPMG в Україні були переоблаштовані у “пункти незламності“, де працівники мали змогу працювати в комфортних умовах, були забезпечені усім потрібним - бомбосховищем під час повітряних тривог, доступом до електричних мереж та зв'язку, теплом, водою і харчуванням. KPMG в Україні надавала і продовжує надавати підтримку співробітникам, які захищають Україну у лавах Збройних сил України. У цьому напрямку ця організація надає мобілізованим працівникам одноразову допомогу на спорядження у розмірі 50 000 гривень, а також зберігає за ними робочі місця і щомісячну виплату середньої заробітної плати на весь час проходження військової служби.

Співробітникам, близьких родичів яких було мобілізовано, також надається одноразова фінансова допомога у розмірі 25 000 гривень. KPMG в Україні заохочує добровільну допомогу і волонтерську діяльність співробітників щодо підтримки колег-військовослужбовців та ЗСУ загалом. В цій організації створено внутрішній комунікаційний канал для обміну інформацією про цільові збори коштів на актуальні потреби ЗСУ, де компанія та співробітники регулярно долучаються до краудфандингу.

Попри війну та фокус на першочергових заходах з безпеки, безперервне навчання та розвиток працівників KPMG залишається

невід'ємною частиною організаційної культури, цінностей, бренду та зобов'язань, передбачених стратегією з соціальної відповідальності мережі фірм KPMG, OurImpactPlan. Постійне навчання забезпечує працівникам здобуття актуальних технічних знань, розвиток навичок та розуміння принципів етичної поведінки, щоб якість консалтингових послуг клієнтам та громадам залишалась на високому рівні.

Інклюзивність, різноманітність та рівність лежать в основі глобальних цінностей KPMG і є важливими складовими для досягнення мети діяльності KPMG. KPMG в Україні у 2021-2022 роках досягла поставленої глобальної мети та забезпечила відповідні показники на керівних посадах. У цьому напрямку, два роки поспіль частка жінок на позиціях директорів та партнерів складала 33 % (чоловіків, відповідно, 67 %). Такий сталий відсоток досягається збалансованими переміщеннями та підвищеннями у керівному складі компанії (внутрішнє зростання між грейдами “директори“ та “партнери“). Рівень фінансової компенсації на керівних посадах у чоловіків і жінок не залежить від гендерного фактора; незначні відмінності можуть бути пов'язані різним рівнем компетенцій або іншими об'єктивними факторами. Що ж до загального гендерного складу працівників цієї організації, то тут спостерігається середній збалансований показник 60/40.

KPMG в Україні приділяє особливу увагу розвитку інклюзивної культури та неупередженості в компанії. KPMG прагне забезпечити всім працівникам організації, незалежно від віку, сексуальної орієнтації, статі, етнічного походження, наявності інвалідності, сімейного стану тощо, рівний доступ до можливостей професійного зростання та підвищення розміру оплати праці в межах кваліфікаційного рівнів.

Глобальною метою мережі фірм KPMG є досягнення нульового рівня викидів вуглецю до 2030 року. З цією метою нею впроваджуються сталі практики діяльності та оцінюються ланцюги поставок, щоб допомогти зберегти здорову планету задля майбутніх поколінь.

В цілому нефінансові показники діяльності КРМГ відповідають Цілям сталого розвитку ООН та загальна їх нефінансова звітність базується на високих стандартах професіоналізму, якості та послідовності, як і до розкриття фінансових даних.

### РОЗДІЛ 3

## УДОСКОНАЛЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ФОРМУВАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ

Викладений у попередніх розділах дослідження матеріал демонструє, що формування нефінансової звітності для сучасних організацій стає об'єктивно необхідним завданням. Це не лише забезпечує більш повну картину про діяльність організації, але і сприяє створенню більш сталого та етичного бізнесу, зокрема в одержанні:

1. конкурентних переваг. Організації, які активно впроваджують політики сталого розвитку та відкрито діляться нефінансовою інформацією, часто здобувають конкурентну перевагу. Це може забезпечити кращий доступ до фінансування, привернення та утримання талановитих кадрів, а також підвищення лояльності клієнтів та інвесторів.

2. повного та дієвого використання інструментів ризик-менеджменту. Аналіз нефінансової звітності допомагає виявляти ризики, пов'язані з екологічними, соціальними та управлінськими аспектами діяльності компанії. Це дозволяє приймати належні заходи з мінімізації цих ризиків та забезпечує більш стійкий бізнес.

3. довіри стейкхолдерів. Публікація чіткої та достовірної нефінансової інформації сприяє підвищенню довіри стейкхолдерів до компанії. Це важливо для залучення інвесторів, споживачів, робочої сили та інших зацікавлених груп.

4. підвищення ефективності. Оцінка нефінансової діяльності може виявити області для інновацій та покращень у процесах. Це може включати вдосконалення енергоефективності, зменшення відходів, розробку соціальних програм тощо.

Для формування показників нефінансової звітності організацій насамперед доцільно здійснювати моніторинг ефективності її діяльності у контексті соціальної відповідальності за такими напрямками:



- активізація інноваційного розвитку,
- відповідальне внутрірґанізаційне управління,
- співпраця зі стейкхолдерами,
- накопичення людського капіталу,
- соціальний діалог та гідна праця,
- суспільний добробут,
- ініціативність та підприємництво,
- відтворення й збереження довкілля
- відповідальне входження в міжнародні ринки.

Кожну позицію доцільно визначати в балах чи коефіцієнтах як рівень досягнення окремих показників за наступними категоріями.

Активізація інноваційного розвитку зумовлює необхідність визначення рівня:

- зростання прибутковості і товарообігу організації;
- прискорення інноваційних процесів,
- зростання гнучкості організації шляхом пристосування до ринкових змінюваних умов;
- зростання темпів застосування нових технологій, продукування нових товарів і послуг;
- розвиток співпраці з дослідницькими інституціями, стейкхолдерами, контрагентами ринку, бізнес-асоціаціями;
- застосування підходів, націлених на покращення безпеки і якості продукції, здійснення її сертифікації на відповідність міжнародним стандартам, участь в програмах та рейтингах виробників задля підвищення кінцевої задоволеності споживачів;
- зростання кількості робочих місць зі збереженням гідних умов праці шляхом виходу на нові ринки й створення нових товарів, робіт і послуг;

– додержання екологічних й соціальних стандартів під час закупівлі продукції за державні кошти, повне виконання зобов'язань під час державних й муніципальних закупівель.

Моніторинг відповідального внутріорганізаційного управління організацією, на наш погляд, вимагає відстеження:

– темпів залучення стейкхолдерів в процес соціальної відповідальності, поширення принципів соціальної відповідальної поведінки на усі напрями діяльності та внутрішній функціонал;

- прозорості ведення діяльності;
- зростання довіри інвесторів;
- шляхів та інструментів боротьби з корупцією й виведення бізнесу із тіні, реалізація принципів вільної конкуренції; не застосування маркетингових технологій, які порушують підходи щодо вільної конкуренції;
- формування кодексів етики або ділової поведінки,
- зменшення ризиків виникнення конфлікту інтересів;
- уникнення рейдерства та захист прав власності;
- застосування принципів ціннісно-орієнтованого управління й забезпечення підвищення зацікавленості працівників щодо ефективності діяльності організації.

В напрямку удосконалення формування показників для формування нефінансової звітності доцільно відстежувати співпрацю зі стейкхолдерами через моніторинг:

- системи процесів роботи зі стейкхолдерами, якість діючих каналів комунікацій;
- процесу взаємодії з стейкхолдерами на партнерських засадах і комерційній основі;
- співпраці з інституціями публічного управління та місцевою громадою;
- взаємодії з навчальними і науковими закладами;

- партнерства із неурядовими інституціями;
- інформування клієнтів щодо їх споживчих прав;
- надання повної актуальної інформації про діяльність організації засобам масової інформації.

Моніторинг щодо накопичення людського капіталу має охоплювати дії щодо:

- розповсюдження освіти, навчальних програм серед спіробітників організації задля підвищення їх компетенцій, якості знань, фахових навичок;
- забезпечення умов для навчання «упродовж життя» для спіробітників організації;
- забезпечення умов самореалізації для працівників та підвищення якості змістовного наповнення їх праці;
- застосування гнучких форм зайнятості, наприклад для працівників з соціально уразливих категорій;
- участь в програмах професійної орієнтації випускників шкіл та вищих навчальних закладів, надання повноцінних місць для проходження стажувань, дуальних практик, практик, працевлаштування спеціалістів, які пройшли професійну перепідготовку;
- залученість в загальнодержавні процеси регулювання зовнішньої і внутрішньої трудової міграції.

Моніторинг забезпечення гідної праці здійснюється за наступними позиціями:

- діяльність організації щодо забезпечення гідної праці працівників;
- забезпечення права на ведення колективних переговорів й виконання зобов'язань щодо виконання колективного договору;
- забезпечення права на свободу об'єднань і асоціацій;
- охорона праці і безпека;

- запобігання релігійної, вікової, мовної статевої, дискримінації співробітників організації;
- забезпечення розміру заробітної плати відповідно до інституційно визначеного прожиткового рівня;
- участь в житті працівників організації після досягнення ними пенсійного віку.

Також в напрямку формування нефінансової звітності організації слід відстежувати рівень досягнення суспільної місії організації шляхом визначення:

- сприяння покращенню комунальної інфраструктури для працівників організації і покращення якості житла;
- протидія поширенню небезпечних хвороб серед співробітників організації;
- забезпечення якісного і доступного медичного обслуговування для співробітників організації;
- долучення до програм запобігання торгівлі людьми;
- розвиток українських культурних традицій та їх впровадження у практику ведення бізнесу;
- заохочення спортивного, культурного, мистецького життя серед співробітників і стейкхолдерів організації;
- формування сприятливих умов для якісного поєднання сімейних та фахових обов’язків співробітників організації;
- формування й реалізація програм волонтерства працівників.

У напрямку формування нефінансової звітності організації слід відстежувати забезпечення покращення добробуту суспільства за допомогою:

- розробки товарів, робіт чи послуг продуктів, які сприяють вирішенню соціальних або екологічних проблем;
- внеску організації у розвиток інноваційних технологій й економіки знань;

- заохочення реалізації соціальних ініціатив серед спіробітників та членів їх родин;
- закупівлі товарів, послуг та робіт у місцевих постачальників задля активізації місцевого ділового середовища;
- використання заходів, спрямованих на підвищення рівня фінансової грамотності серед населення.

У напрямку формування нефінансової звітності організації її менеджменту слід відстежувати стан збереження та відтворення довкілля. задля цього слід здійснювати оцінку:

- стану менеджменту екологічних ризиків виробничої діяльності організації;
- оптимізації використання водних, земельних та біологічних ресурсів, іншої природної сировини;
- заходів щодо покращення енергоефективності приміщень організації, енергозбереження й підвищення енергоефективності, зокрема через використання і постачання енергії через відновлювані джерела за конкурентними цінами;
- удосконалення екологічних характеристик товарів, робіт чи послуг, зокрема і через відмову від небезпечних для здоров'я споживачів та природного середовища матеріалів, компонентів, технологій тощо;
- заходів щодо реалізації відповідальності за продукт на різних стадіях його життєвого циклу;
- заходів щодо утилізації і переробки відходів, зменшення кількості відходів, використання вторинної сировини;
- участь в загальнодержавних програмах ощадливого використання природних ресурсів та енергозбереження;
- зменшення викидів, розробка замкнених виробничих циклів;
- урахування екологічної компоненти в внутріорганізаційному управлінні організацією;

- прийняття на добровільних засадах екологічних зобов'язань.

У напрямку формування нефінансової звітності організації слід здійснювати також моніторинг відповідальної інтеграції в світові ринки шляхом визначення рівня:

- урахування соціальних та екологічних принципів ведення бізнесу під час виходу на іноземні ринки;
- використання принципів соціально й екологічно збалансованої торгівлі;
- сертифікації чи акредитації продукції відповідно до міжнародних стандартів (стандарти якості, екологічні, соціальні специфікації товарів, робіт чи послуг);
- повне і своєчасне виконання інвестиційних зобов'язань;
- прозорість роботи з іноземними постачальниками та субпідрядниками;
- долучення до міжнародних ініціатив в сфері соціальної відповідальності;
- інформування працівників з соціальними і екологічними проблемами в державах ведення діяльності організації.

на наш погляд, інтегральний показник нефінансової звітності повинен включати:

- індикатори суспільної відповідальності організації,
- внутрішньої соціальної відповідальності.

Для розрахунку показників суспільної відповідальності організації, на нашу думку, слід взяти коефіцієнти та кількісні параметри:

- зростання податкових платежів на одиницю приросту фінансового результату,
- рівня благодійної діяльності організації,
- працевлаштування суспільно вразливих та обмежено дієздатних груп населення,

- рівня забезпеченості і кількісних параметрів фінансування організацією власних закладів соціальної інфраструктури,
- інформаційної транспарентності,
- кількості і сум економічних втрат у вигляді штрафів і пені,
- втрат від рекамацій (поставки неякісної продукції).

Для здійснення оцінки ефективності внутрішніх аспектів соціальної відповідальності організації доцільно визначати показники:

- група індикаторів соціальної відповідальності перед працівниками
  - група індикаторів навколишнього середовища
  - група індикаторів поведінки організації на ринку
  - група індикаторів виконання суспільних вимог.

Група індикаторів соціальної відповідальності перед співробітниками має охоплювати оплату праці, умови праці у порівнянні з середньогалузевими або ринковими, суми виплат премій, плинність кадрів, проведення тренінгів, кількість понаднормових годин роботи працівників, їх оплата, структура кадрів в гендерному, віковому розрізі, внутрішня оцінка організації співробітникам.

Група індикаторів навколишнього середовища має охоплювати витрати організації на економічне споживання енергії, охорону навколишнього середовища, використання вторинної сировини, утилізацію відходів, кількість штрафних санкцій за невиконання екологічних вимог.

Група індикаторів поведінки організації на ринку має охоплювати рекамації клієнтів, скарги на недоброчесну рекламу, суми кредиторської заборгованості, штрафні санкції органів публічного управління, результати визначення рівня задоволення клієнтів, рівень відповідності міжнародним стандартам товарів, робіт чи послуг, вплив товарів, робіт чи послуг або діяльності організації загалом на суспільство.

Група індикаторів виконання суспільних вимог включає участь у стратегічному розвитку території чи держави в цілому, додержання організацією прав людини.

Отже, удосконалення показників формування нефінансової звітності для організацій важливе для забезпечення більш точної, повної та порівняльної інформації щодо їхньої сталості та впливу на різні стейкхолдери. Ось деякі шляхи, які можна врахувати для удосконалення цих показників:

1. **стандартизація і визначення метрик.** Важливо розробити стандартизовані методики та метрики для вимірювання різних аспектів нефінансової діяльності, таких як екологічні викиди, соціальні витрати, інноваційність тощо. Це дозволить забезпечити порівняльність даних між різними компаніями та роками.

2. **інтеграція з фінансовою звітністю.** Нефінансова звітність повинна бути інтегрована з фінансовою звітністю, щоб створювати комплексну картину профілю організації. Це дозволяє стейкхолдерам отримувати повну інформацію про фінансові та нефінансові аспекти діяльності.

3. **залучення стейкхолдерів.** Показники нефінансової звітності повинні відповідати очікуванням та потребам різних стейкхолдерів, включаючи інвесторів, клієнтів, працівників, урядові органи та громадські організації. Це може включати впровадження механізмів звітності або консультаційних процесів з цільовими групами.

4. **відкритість та прозорість.** Організації повинні забезпечити відкритий доступ до своєї нефінансової звітності, щоб стейкхолдери могли вільно оцінювати їхній внесок у сталість та соціальну відповідальність.

5. **оцінка впливу.** Удосконалення показників нефінансової звітності також включає розвиток методів оцінки впливу діяльності компанії на суспільство, довкілля та інших стейкхолдерів. Це може включати соціальні витрати, вимірювання екологічного сліду або оцінку сталості.



**б. сталість звітності.** Організації повинні забезпечити постійний моніторинг та оновлення своєї нефінансової звітності, щоб вона відображала актуальні реалії та виклики. Це важливо для забезпечення достовірності та корисності інформації для стейкхолдерів.

Узагальнюючи, зазначимо, що удосконалення підходів, індикаторів і показників формування нефінансової звітності вимагає систематичного підходу, стандартизації, залучення стейкхолдерів та підтримки відкритості та прозорості. Це допоможе покращити управління ризиками, забезпечити ефективність діяльності та підвищити довіру до організації.

## **ВИСНОВКИ**

Нефінансова звітність зумовлює підвищенню довіри з боку стейкхолдерів до організації. Це відбувається через розкриття інформації за такими ключовими напрямками як соціальне благополуччя, економічна стійкість, екологічна стабільність. Одним з ключових кроків в напрямку впровадження нефінансової звітності є їх чітке регламентування, оскільки в більшості українських звітів переважає їх описовість. Уведення в нефінансову звітність не тільки якісних, а й кількісних показників, які б вимірювали результативність інвестицій у людський капітал та вплив від реалізації цих заходів є важливим та актуальним завданням сьогодення.

Часто нефінансовий звіт розкриває особливості реалізації сталого розвитку організації, несе інформацію про економічні та водночас соціальні індикатори, тобто особливості діяльності, що не можуть бути визнані в стандартному фінансовому аналізі, хоча зазвичай ці показники мають фінансові наслідки, залежно від якості управління ними (екологічні, соціальні, управлінські показники) з урахуванням мети і цілей функціонування підприємства та сторін впливу у цілому. Як правило,

нефінансова звітність є звітністю, яка базується на індикативних показниках економічної, екологічної та соціальної траєкторії або конкретних заходів такого спрямування діяльності організації.

Як і будь-який інший інструмент менеджменту, нефінансова звітність забезпечує вигоди для організації. Як правило, вигоди від формування нефінансової звітності безпосередньо пов'язані із вигодами від ведення бізнесу в соціально відповідальний підхід та від бізнес-процесів, побудованих навколо нефінансової звітності.

Під час складання звіту організація одержує можливість проаналізувати власну стратегію розвитку, здійснити об'єктивну оцінку нефінансових ризиків, залучити керівників, відповідальних за функціональні напрямки діяльності організації. Для формування нефінансової звітності використовується стандарт AA1000, який слугує доповненням до стандарту GRI, бо уточнює процедуру підготовки й подальшої перевірки соціального звіту, показники для проведення оцінки.

Прикладним завданням цього стандарту є посилення підзвітності організацій перед суспільством шляхом максимального залученню стейкхолдерів, урахуванню їх думки під час аналізу діяльності організації. метою створення KPMG є сприяння у формуванні прозорого, підзвітного та добросовісного бізнесу, який діє на користь суспільства та змінює світ на краще. KPMG орієнтується на створення культури інклюзивного лідерства, коли менеджмент дозволяє співробітникам відчувати себе цінними, неупереджено поважає відмінності членів команди, засуджує будь яку дискримінацію.

У 2021 році KPMG започаткувала щорічне нефінансове звітування, яке об'єднує та презентує дані щодо колективних ESG-зобов'язань незалежних фірм KPMG, що входять до складу KPMG International – OurImpactPlan. Цей звіт описує чотири пріоритетні напрями, за якими здійснюється звітування - управління, люди, планета та подальші орієнтири діяльності.

Після повномасштабного вторгнення армії РФ на територію України у лютому 2022 року KPMG в Росії та Білорусі більше не належать до мережі фірм KPMG. Таке рішення обумовило інтеграцію KPMG в Україні до субрегіону Центральної та Східної Європи. Дві міжфункціональні програми – Програма оцінки якості і Глобальна перевірка відповідності – контролюють дотримання певних політик KPMG (у тому числі, з використанням ризик-орієнтованого підходу, тих, що стосуються боротьби з хабарництвом та корупцією) на рівні самої організації. Щоб полегшити повідомлення про потенційні чи ймовірні порушення політики KPMG, законів чи професійних стандартів, у тому числі тих, що стосуються боротьби з хабарництвом, у KPMG працює “гаряча лінія“, за допомогою якої співробітники, клієнти та інші треті особи можуть конфіденційно повідомити про свої побоювання щодо певних сфер діяльності будь-якого підрозділу KPMG чи окремих співробітників.

Етична поведінка у сфері праці, недискримінація, повага до трудових та інших прав працівників є однією з ключових цінностей діяльності KPMG. Глобальний кодекс поведінки KPMG передбачає нульову толерантність до незаконних чи неетичних проявів, а також до будь-яких інших порушень прав людини - як в її межах, так і у відносинах стейкхолдерами.

Співробітникам, близьких родичів яких було мобілізовано, також надається одноразова фінансова допомога у розмірі 25 000 гривень. KPMG в Україні заохочує добровільну допомогу і волонтерську діяльність співробітників щодо підтримки колег-військовослужбовців та ЗСУ загалом. В цій організації створено внутрішній комунікаційний канал для обміну інформацією про цільові збори коштів на актуальні потреби ЗСУ, де компанія та співробітники регулярно долучаються до краудфандингу.

Для формування показників нефінансової звітності організацій насамперед доцільно здійснювати моніторинг ефективності її діяльності у контексті соціальної відповідальності за такими напрямками як активізація інноваційного розвитку, відповідальне внутрірорганізаційне управління,

співпраця зі стейкхолдерами, накопичення людського капіталу, соціальний діалог та гідна праця, суспільний добробут, ініціативність та підприємництво, відтворення й збереження довкілля, відповідальне входження в міжнародні ринки.

Для здійснення оцінки ефективності внутрішніх аспектів соціальної відповідальності організації доцільно визначати показники соціальної відповідальності перед працівниками, щодо участі організації в охороні навколишнього середовища, безпосередньої поведінки організації на ринку та виконання суспільних вимог.

Вдосконалення підходів, індикаторів і показників формування нефінансової звітності вимагає систематичного підходу, стандартизації, залучення стейкхолдерів та підтримки відкритості та прозорості. Це допоможе покращити управління ризиками, забезпечити ефективність діяльності та підвищити довіру до організації.