



оборотності. Коефіцієнти рентабельності є основними показниками ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства, вони і є відносними характеристиками фінансових результатів, що відбивають здатність підприємства генерувати необхідний прибуток в процесі своєї господарської діяльності і загальну ефективність використання активів і вкладеного капіталу.

Національна стратегія розвитку охорони здоров'я в Україні визначає передумови для розробки політики фінансового забезпечення медичних установ, а також розробки системи заходів, спрямованих на визначення обсягів та джерел надання медичних послуг. Ключова задача Стратегії реалізується через виявлення та усунення глобальних проблем функціонування системи охорони здоров'я, визначення стратегічних пріоритетів розвитку і шляхів їх досягнення з урахуванням вимог суспільства, ситуації із рівнем і складністю захворювань, що склалася, економічною спроможністю сфери охорони здоров'я та держави. Структурні ринкові та нормативні трансформації, що формують нові фінансові інструменти, принципи функціонування закладів охорони здоров'я вкотре підтверджує доцільність та актуальність проведення фінансового аналізу та розрахунку показників ефективності діяльності даного виду інституту.

Список використаних джерел

1. Голінач Л.І. Аналітичний облік та аналіз витрат на вдосконалення соціально-трудових відносин на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 837-844.
2. Драгунов Д. М. Фінансові інструменти стратегічного розвитку сфери охорони здоров'я в умовах цифрової економіки: дис. ... доктора філософії : 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Чернігів, 2021. 272 с.
3. Загорський В.С., Лободіна З.М., Лопушняк Г.С. Управління фінансовими ресурсами закладів охорони здоров'я: монографія. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2010. 261 с.

Людмила ГОЛІНАЧ

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет

Юрій ЯРИЙ

студент 4 курсу
кафедри фінансового контролю та аудиту
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль, Україна

СОЦІАЛЬНИЙ АУДИТ: ВИГАДКА ТЕОРЕТИКІВ ЧИ ЗАТРЕБУВАНИЙ ВИД АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ

Соціальний аудит передбачає комплекс заходів, спрямованих на підтвердження чи спростування правдивості інформації стосовно показників соціально відповідальної діяльності бізнесу, і сам по собі може ввести у паніку будь-яку компанію, на що є причини. В даний момент розвитку економіки фінансові перевірки є не простим іспитом для бізнесу і контроль за соціальними показниками компанії може вплинути на виникнення додаткових витрат або



виникнення певних негативних наслідків стосовно її іміджу. Тому спробуємо роз'яснити зміст і сенс соціального аудиту, а також з'ясувати його актуальність та економічну необхідність.

Перш за все необхідно дослідити що ж таке соціальний аудит: це контроль за благодійністю компаній, чи може це – внутрішня оцінка ефективності освоєння бізнесу? Насправді ні перше ні друге твердження не розкриває сповна таку наукову категорію та практично затребувану діяльність, як соціальний аудит. Благодійність не становить основу бізнес-інтересів підприємств та виявляється у формі ініціативних дій, а внутрішня оцінка ефективності залучення ресурсів і так успішно проводиться підприємствами. Тому, більшість експертів схиляється до того, що підприємці мають бізнес-інтерес саме у діяльності, пов'язаній з соціальною активністю, яка спрямована на програми інвестування в своїх співробітників, а також місцеві спільноти.

Перші дослідження про необхідність соціального аудиту датуються в 1940 роках в США, де все більше і більше набирали популярності соціальні рейтинги компаній. Такі рейтинги включали в себе низку параметрів, такі як: благодійність, відношення до співробітників та професійних спілок, волонтерство, а також інші соціальні програми місцевих компаній. Вже в період 60-70-х років двадцятого століття суспільство помітило, що економічний ріст більшої частини компаній відбувається за рахунок забруднення навколишнього середовища, зниження безпеки виробництва, що призвело до зростання соціального незадоволення. Такі наслідки виробничої діяльності вплинули на результати діяльності підприємницьких структур: кількість покупців падала, держава вводила законодавчі проекти щодо підвищення стандартів економічної діяльності бізнесу, а тому все більше і більше компаній виступали ініціаторами соціально відповідальної поведінки. Спочатку такі прогресивні компанії, як Dayton Hudson, Levi Strauss, Cummings Engines, віддавали на соціальні цілі до 5% оподаткованого прибутку. Однак, до кінця 1970-х років, коли спала перша хвиля ентузіастів "соціально відповідальної поведінки", американський бізнес почав ставитися до філантропії більш прагматично. Тому конгрес США в 1977 році прийняв документ, який регламентував американським банкам в обов'язковому порядку проводити інвестиції в території, на яких вони функціонують. Цей закон і досі є одним із основних інструментів для стимулювання соціальних інвестицій на місцевому рівні. Ніяких каральних санкцій цей закон не передбачав, натомість владою були виділені території відповідальності місцевим органам влади, які, в свою чергу, в кінці року приймали звіт за результатами проведеної роботи. На основі цих звітів була складена статистика активності у соціальній сфері. Потім ці данні поширювалися засобами масової інформації, що призвело до того, що люди більш охоче обирали фінансові структури в верхній половині списку, так як банки в нижній частині списку здавались їм фінансово некомпетентними.

Слід пам'ятати, що бізнес, перш за все, працює для отримання прибутку. Соціальні інвестиції у всьому світі є одним з найбільш вигідних видів інвестування. Оцінка повернення інвестицій допомагає бізнесу розуміти реальний вплив інвестицій на результативні показники. Такі оцінки повинні проводитись починаючи з оцінки внутрішньої системи підприємства і закінчуючи дослідженням соціальної активності.

На даний момент не існує чіткого трактування сутності соціального аудиту, його зміст часто плутають з соціальною звітністю, в основному зовнішньою, яку компанії надають для користувачів таких як інвестори, акціонери, клієнти. Однак соціальна відповідальність стосується всього комплексу впливу компанії на суспільство: від контролю за якістю продукту до «соціального пакету» для працівників. Компанії можуть висвітлювати такі звіти у вигляді листівок, брошур і т.д. Наступний спосіб більш комплексний працює по принципу потрібний результат. Його основна мета заробити бали соціальної відповідальності за рахунок економічної соціальної та екологічної діяльності. Третій найскладніший варіант – це використання стандартизованих звітів по набору установлених індикаторів. Найвідоміші стандарти Global Reporting Initiative (GRI), Domini Social Index, UN Global Compact, SA 8000, AA 1000.



Тож виникає запитання, яким чином слід проводити соціальний аудит, оскільки методика формування показників соціального змісту є багатоваріантною? Вважаємо, що спершу необхідно отримати згоду керівництва, а також привернути його увагу до наявних проблем на підприємстві: необхідність соціального аудиту виникає на підприємствах з низькими соціальними показниками. Наступним кроком буде формування керівного комітету з проведення соціального аудиту, як правило в такі комітети входить топ-менеджмент компанії, який є безпосереднім учасником соціального аудиту. Коли команда сформована, розробляється методологія та стратегія проведення соціального аудиту. Використовуючи різні інструменти, аудитор досліджує чи відповідає реальна корпоративна політика компанії баченню та цінностям ідеї соціальної відповідальності. Проводиться збір та подальший аналіз інформації, пошук причини проблем та шляхи для її вирішення. Для дослідження використовують різноманітні інструменти: від інтерв'ю зацікавлених осіб і до аналізу даної проблеми у конкурентів. На завершення, формується звіт який надається топ менеджерам компанії.

Одними з основних питань, які слід перевірити, є: наскільки ефективна діяльність компанії, система менеджменту, система зворотного зв'язку з клієнтами. Управління персоналом характеризується наступними показниками: практика набору персоналу, відсутність дискримінації, здоров'я і безпека, плинність кадрів, практика просування та кар'єрного зростання, справедливість в оплаті праці, процедура прийняття рішень, практика реагування на насильство, на скорочення виробництва.

Коли проблеми виявлені, команда аудиторів повинна з'ясувати обсяг та види прихованих витрат. Наприклад, висока плинність кадрів може коштувати підприємству великої суми, так як у новачка низька продуктивність праці, навчання нового співробітника – це додаткові витрати. Тому, підприємству вигідно зацікавити співробітників залишатись саме у них. В даний момент більшість спеціалістів вважають, що соціальний аудит – це лише витрати без реальної вигоди підприємству. Насправді ж, соціальний аудит і соціально відповідальна практика дозволяють компаніям економити гроші і створювати нові можливості збільшення прибутку.

Список використаних джерел

1. Пушкар М.С., Голінач Л.І. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика: монографія. Тернопіль: «Карт-бланш», 2018. 215с.