



Co-funded by
the European Union



Сертифікатний навчальний курс

СОЦІАЛЬНИЙ, ЕКОЛОГІЧНИЙ ОБЛІК ТА ЗВІТНОСТЬ ЩОДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ 2023

Лекція 4-5. Соціальна підзвітність
та соціальний облік

Олег ПАСЬКО

<https://bit.ly/3EtRiD7>



SNAU

University that
studies life

17.04.2023

14.00 EEST

17.04.2023

15.30 EEST

УВАГА! ВЕДЕТЬСЯ ПРЯМА ТРАНСЛЯЦІЯ ТА ЗАПИС ЗАХОДУ НА **YOUTUBE**



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

Соціальна підзвітність та соціальний облік

(4 години)

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ
2. СОЦІАЛЬНИЙ БАРОМЕТР
3. СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ
4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК
5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Термін підзвітність зайняв домінуючу роль як у державному, так і в приватному секторах, і, у поєднанні з прозорістю через розкриття інформації, пропонується як панацея від більшості всіх проблем, з якими стикається особа, організація, громада чи суспільство. Щодо роботи організацій, інституційна реакція на заклики до соціальної та екологічної відповідальності зазвичай полягає у внесенні поправок до існуючих режимів обліку та звітності. Європейська комісія (2014) Європейського Союзу, наприклад, вказала ПІДВИЩЕННЯ ПІДЗВІТНОСТІ основним виправданням вимоги до великих і суспільно релевантних організацій розкривати нефінансову інформацію у своїй річній звітності <https://bit.ly/3sHeEjX>.

Підзвітність – це прийняття відповідальності за чесну та етичну поведінку по відношенню до інших. У корпоративному світі підзвітність компанії поширюється на її акціонерів, співробітників і ширшу спільноту, в якій вона працює. У ширшому сенсі підзвітність означає готовність бути оціненою за результатами діяльності.



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Підзвітність – це прийняття відповідальності за власні дії. Це означає готовність бути прозорим, дозволяючи іншим спостерігати та оцінювати вашу роботу. У фінансовому світі США підзвітність включає вимогу, щоб державні корпорації надавали точні фінансові записи всім зацікавленим сторонам. Останніми роками все більше уваги приділяється іншим елементам корпоративної відповідальності, таким як етична поведінка, вплив на навколишнє середовище, прихильність до різноманітності та справедливе ставлення до співробітників.

Rached, 2016 припускає, що підзвітність як концепцію необхідно розглядати як описово, так і нормативно (Rached, 2016). З точки зору опису, основну систему підзвітності можна зобразити так:

А підзвітний В за К дії, на основі X
стандартів, через Y процедур, у момент Z, з
урахуванням Q наслідків.

Rached, D. H. (2016). The Concept(s) of Accountability: Form in Search of Substance. Leiden Journal of International Law, 29(2), 317–342. <https://doi.org/10.1017/S0922156516000042>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Опис системи підзвітності вимагає, щоб кожен компонент був визначений – *хто кому звітує, за що, на основі яких критеріїв, як, коли та з урахуванням яких наслідків. З нормативної точки зору ці елементи перероблені, щоб запитати про кожну потенційну систему підзвітності, чому А повинен звітувати перед В, на основі яких стандартів, за допомогою яких процедур, у який час, з урахуванням яких наслідків? Іншими словами, він стверджує, що без будь-якого нормативного вказівки підзвітність є порожнім поняттям, що має схильність як до добра, так і до зла* (Rached, 2016).

Rached (2016), пропонує відносини підзвітності між А та В як «**рефлексивну дискурсивну зустріч**». «Вона є **РЕФЛЕКСИВНОЮ**, оскільки дозволяє агенту звернутись усередину і знайти виправдання для своїх дій; вона **ДИСКУРСИВНА**, тому що агенту також потрібно розвернутися і висловити це виправдання публічно і зрозуміло, щоб брати участь у зворотній розмові; і більше того, він ініціює не довільну зустріч, оскільки існує якийсь зв'язок, що зв'язує двох суб'єктів у поточному поданні звітів і обліку» (Rached, 2016, р. 323). Підзвітним агентом (держателем повноважень/провайдером облікового запису) може бути окрема особа або колектив, а власником рахунку може бути окремі агенти або колективи. Відносини є плюралістичними в тому, що власник влади може бути по-різному підзвітним кільком виборцям, динамічний, оскільки характер відносин може змінюватися з часом, і постійний, оскільки відносини знаходяться в межах поточної спільноти.

Rached, D. H. (2016). The Concept(s) of Accountability: Form in Search of Substance. Leiden Journal of International Law, 29(2), 317–342. <https://doi.org/10.1017/S0922156516000042>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Rached (2016) пропонує вісім «координат» або вимірів, які додатково визначають «змінні» у визначенні, що формулюють основні властивості, за допомогою яких можна концептуалізувати, впроваджувати й оцінювати систему підзвітності.

Перший — це рівень формальності та стосується ступінь артикуляції X, Y, Z, Q та ступінь їхнього дотримання. Відносини між власником рахунку та власником влади можна зобразити як більш-менш формальні та легалізовані.

Другий вимір є просторовим і стосується того, як відносини влади між двома агентами (A, B) розвиваються по горизонтальній (відносини однолітків) або вертикальній (ієрархічні) лініях.

Третя координата Рейчеда, інституціональність, визначає A з точки зору того, чи мають бути притягнені до відповідальності колектив або окремі члени, які утворюють колектив (суб'єкт).

Четвертий вимір, експертиза, стосується характеристик A і B з чотирма можливими комбінаціями: обидва є експертами; обидва непрофесійні агенти; власник повноважень є експертом, а власник рахунків — непрофесіоналом; або навпаки.

Rached, D. H. (2016). The Concept(s) of Accountability: Form in Search of Substance. Leiden Journal of International Law, 29(2), 317–342. <https://doi.org/10.1017/S0922156516000042>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

П'ятий вимір Рейчеда, діло (вихід), відноситься до специфічності та суворості стандартів (X), яких дотримується власник влади.

Шостий вимір, процедура (вхідні дані), стосується типів інструментів участі (Y), які використовуються для того, щоб притягнути до відповідальності власника влади.

Сьомий вимір є тимчасовим, відноситься до Z і стосується моменту, коли власник влади очікує, що власник облікового запису відреагує, або власник облікового запису має можливість це зробити, відносно дій з боку першого.

У **восьмому вимірі** розглядаються наслідки Q від виконання повноважень власниками рахунків для впливу на власників повноважень (Rached, 2016).

Rached, D. H. (2016). The Concept(s) of Accountability: Form in Search of Substance. Leiden Journal of International Law, 29(2), 317–342. <https://doi.org/10.1017/S0922156516000042>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Застосування підзвітності за відсутності демократичного управління

Багатонаціональні організації стали одними з найвпливовіших і найпотужніших соціальних інститутів, що представляють значний дисбаланс влади між власниками влади та власниками рахунків. ТНК може бути найбільшою і найменш підзвітною установою в історії людства. Неурядові організації (НУО), такі як IASB, Світовий банк, Міжнародний валютний фонд та Світова організація торгівлі, також мають значну владу та вплив, особливо щодо розподілу економічних ресурсів та економічного розвитку. Жоден з цих суб'єктів не підлягає безпосередньому притягненню до відповідальності через демократичне управління. **Дві моделі підзвітності за відсутності демократичних процесів підзвітності**

Grant and Keohane, 2005 розглядають дві моделі підзвітності за відсутності демократичних процесів: відносини між власником повноважень (А) та власником рахунку (В). Моделі надають дві різні концепції щодо того, яка група є основним власником рахунку. Вважається, що **здіяні три групи: постачальник ресурсів; контролер ресурсу (утримувач влади); і ті, на кого впливають дії контролера ресурсів.**

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Застосування підзвітності за відсутності демократичного управління

Для моделі участі особи, на яких впливають дії власника повноважень, вважаються вправі притягувати владних осіб до відповідальності на основі критеріїв, визначених цими власниками рахунків. *Для моделі делегування* особи, які довіряють власникам повноважень ресурси, позначаються як власники рахунків і мають право притягувати власника повноважень до відповідальності на основі критеріїв, визначених цими власниками рахунків.

Візьмемо, наприклад, Світовий банк. Чи повинен банк нести відповідальність перед народами країн, що розвиваються, які постраждали від його дій (участю) та на основі критеріїв, сформульованих ними, чи він повинен відповідати державам, які надають ресурси (делегування)?

Обидві позиції є законними, залежно від точки зору, і вони не обов'язково виключають один одного.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

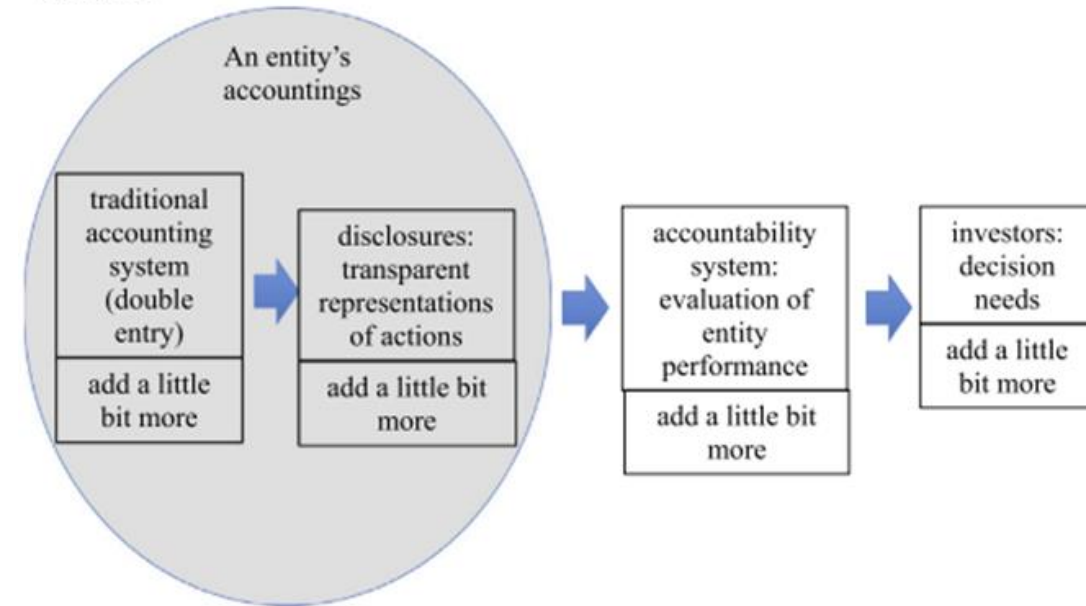
1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Ці дві моделі також корисні для зусиль щодо соціальної та екологічної відповідальності. Можна стверджувати, що традиційна модель бухгалтерського обліку, яка забезпечує основу для більшої частини роботи CEO (рис. 1, панель В), **загалом узгоджується з моделлю делегування**, коли постачальники фінансових ресурсів є власниками рахунків і мають право вказувати критерії оцінки.

Однак значні зусилля та аргументи просунули перспективу «зацікавленої сторони», яка визначає тих, хто має «зацікавленість» у діях власника повноважень, як законних власників рахунків. Така перспектива поєднує дві моделі, оскільки включає постачальників ресурсів (фінансувальників) і тих, на кого впливають дії суб'єкта господарювання (наприклад, нелюдські тварини або корінні народи).

Dillard, J., & Vinnari, E. (2019). Critical dialogical accountability: From accounting-based accountability to accountability-based accounting. Critical Perspectives on Accounting, 62, 16–38. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2018.10.003>

Panel 1B:





Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Моделі представляють дві різні рамки, засновані на різних припущеннях щодо прав та обов'язків. **Відносини принципал-агент, які домінують у більш традиційному погляді, коли постачальник ресурсів виступає як власник облікового запису, несумісні з перспективою участі, коли власником облікового запису є ті, кого це стосується.** Різні точки зору представляють фундаментальні спірні питання, пов'язані з управлінням, правами власності, правами людини та етикою. Припустити, що життєздатне делегування, участь або гібридний підхід до підзвітності (та обліку) може виникнути з набору протилежних припущень, є питанням, яке вимагає серйозного розгляду та обговорення.

Dillard, J., & Vinnari, E. (2019). Critical dialogical accountability: From accounting-based accountability to accountability-based accounting. Critical Perspectives on Accounting, 62, 16–38. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2018.10.003>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

На додаток до двох основних моделей делегування та участі, (Grant & Keohane, 2005) пропонують **СІМ АЛЬТЕРНАТИВНИХ СПОСОБІВ (ТИПІВ) ПІДЗВІТНОСТІ**: ринковий, юридичний, наглядний, фіскальний, ієрархічний, рівноправний та публічна репутація. Кожен із режимів супроводжує різні локуси повноважень для притягнення до відповідальності, специфікації власника рахунку (В) і дії/рішення (К), за які власник повноважень (А) повинен нести відповідальність. Грант і Кеохейн (2005) визнають, що відмінності між режимами не є чіткими і що вони можуть мати характеристики, пов'язані як з моделлю делегування, так і з моделлю участі. Крім того, суб'єкт господарювання може підлягати більш ніж одному типу підзвітності, а тип підзвітності залежить від місцевих умов.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Mechanism	Accountability Holder	Power-Wielder	Cost to Power-Wielder	Example
Hierarchical	Leaders of organization	Subordinate official	Loss of career opportunities	Authority of UN Secretary-General
Supervisory	States	Multilateral organization and its executive head	Restraints on ability to act, loss of office	World Bank and IMF governance by their executive boards
Fiscal	Funding agencies	Funded agency	Budget restrictions	Withholding of UN dues
Legal	Courts	Individual official or agency	From restriction of authority to criminal penalties	International Criminal Court
Market	Equity- and bond-holders and consumers	Firm or government	Loss of access to, or higher cost of, capital	Refusal of capital markets to finance developing country governments during world financial crises
Peer	Peer organizations	Organizations and their leaders	Effects on network ties and therefore on others' support	Independent marine certification body's evaluation of the Greenpeace-Shell controversy
Public reputational ^a	Peers and diffuse public	Individual or agency	Diffuse effects on reputation, prestige, self-esteem	Effects on U.S. "soft power" of unilateralism

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476> p. 36



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Нас найбільше цікавить саме ринкова модель підзвітності. **Ринкова підзвітність — це спосіб підзвітності, в якому перебувають власники рахунків безпосередньо беруть участь у прийнятті рішень щодо розподілу ресурсів, пов'язаних із придбанням продукту чи послуги, і обмежений цим.** Традиційні пояснення неокласичної економіки передбачають досить прямі та безпосередні відносини між постачальником послуги чи продукту та одержувачем. Нібито влада знаходиться в тих, хто бере участь на ринку, і вважається, що в цілому збалансована між покупцями та продавцями (тобто жоден з них не змушений брати участь). Виправданням ринкової підзвітності є функціоналістська, утилітарна форма підзвітності в рамках неоліберальних рамок. Якщо «клієнт» володіє засобами обміну, він може вирішити прийняти продукт за запропонованою ціною або не брати участь. Чарівним чином, корисливі рішення учасників породжують ринкові сили, які розподіляють ресурси «справедливим та ефективним» способом. Ця форма участі позбавлена будь-якого прямого врахування колективних норм і цінностей спільноти. Немає врахування викривлень, які є результатом асиметрії влади, нерівності чи інституційної упередженості. Немає жодних умов щодо придбання та використання ресурсів, крім участі на ринку.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Можна стверджувати, що дві моделі Гранта і Кеохейна (2005) і шість інших способів підзвітності відображають відповіді на складнощі, які кидають виклик переважаючому ринковому ідеалу та нездатності реалізувати ринкову підзвітність. Дві моделі підзвітності можна розглядати як відображення привілеювання одного з двох різних ринків. Що стосується корпорації, **модель участі відображає ринок продуктів або послуг підприємства**. Клієнти є власниками рахунків, а дії та результати (К), пов'язані з продуктами чи послугами, відображають дії, за які підприємство несе відповідальність. Наслідки відображаються в (продовженні) купівлі чи ні купівлі товарів чи послуг. **З іншого боку, модель делегування відображає ринок капітальних ресурсів**. Фінансисти - це власники рахунків, які надали ресурси корпорації. Основні дії – це фінансові результати дій керівництва, про які вони підзвітні інвесторам. **Що має пріоритет, якщо два набори дій несумісні?** Шість інших способів відповідальності відображають спроби реагувати на таку напруженість.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Громадська репутаційна підзвітність залежить від впливу громадської думки на власника влади. «Громадська думка» вказує на акти та рішення (К), за які несе відповідальність уповноважений. Суб'єкт господарювання може діяти в різних ринкових контекстах. Деяка підгрупа дій може бути або не частиною конкретного контексту, або дії, мотивовані одним ринковим контекстом (фінансувальниками), суперечать інтересам іншого виборчого округу (тобто «громадськості»), і немає жодного ринкового впливу на ці наслідки (наприклад, глобальне потепління). Немає конкретного власника рахунку, а «громадськість», яка має повноваження тримати рахунок, швидше за все складається з багатьох різноманітних груп інтересів (інвестори, клієнти, громада тощо) з різними, а іноді й протилежними, інтереси та критерії оцінки. Немає умов щодо участі чи використання ресурсів з боку правовласника. Як зазначають Grant and Keohane (2005), це, ймовірно, **найслабша або принаймні найбільш непряма форма підзвітності** і, можливо, найбільш поширена в тому, що **вона може бути залучена до інших шести механізмів підзвітності**. Ці автори розглядають відповідальність за репутацію громадськості як відповідальність останнього засобу. Якщо жоден з інших механізмів не є життєздатним або ефективним, то суспільна репутація може бути засобом обмеження влади та притягнення суб'єкта до відповідальності. Можливо, це переважний спосіб, який використовується щодо соціальної та екологічної відповідальності, і одна з причин, чому він не був більш ефективним.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Отже, що слід робити? Ми повинні серйозно ставитися до плюралізму. Нам потрібно вийти **за межі неспроможної концептуалізації ринкової підзвітності та розробити альтернативні способи концептуалізації механізмів підзвітності та їх застосування до соціальних та екологічних проблем**, щоб робити владних осіб підзвітними за всі їхні дії, а не лише за ті, що впливають на владних виборців або які можуть бути представлені через фінансові або споживчі операції на ринку. Праця Rached (2016), яка надає елементи структури, що **визначає параметри систем підзвітності**, корисна для формування взаємодії з маргіналізованими та недостатньо представленими групами в політичних процесах, пов'язаних з розвитком мереж відповідальності та пов'язаних з ними систем підзвітності.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Моделі та способи підзвітності Гранта і Кеохейна (2005) надають типологію для визначення проявів влади та способів ефективнішого протидії їм та їх направлення для ефективнішого встановлення критичної діалогічної відповідальності. Наприклад, **якщо громадська думка є основним джерелом тиску для надання звіту, можна очікувати, що системи підзвітності будуть відносно неефективними.** Це може свідчити про те, що ресурси мають бути виділені на розвиток політичних коаліцій серед малопредставлених груп для проведення кампанії за суворіші юридичні вимоги, які мають бути накладені на власників влади. Застосування системи підзвітності дало б певну вказівку на те, які питання можна було б вирішувати найбільш вигідно і які позиції могли б надати можливості для формування ланцюгів еквівалентності для здійснення політичного тиску. Лише після визначення основних критеріїв оцінки, пов'язаних із системами підзвітності, можна буде розглянути характеристики необхідних систем обліку.

Grant, R. W., & Keohane, R. O. (2005). Accountability and Abuses of Power in World Politics. American Political Science Review, 99(1), 29–43. <https://doi.org/10.1017/S0003055405051476>



Co-funded by
the European Union

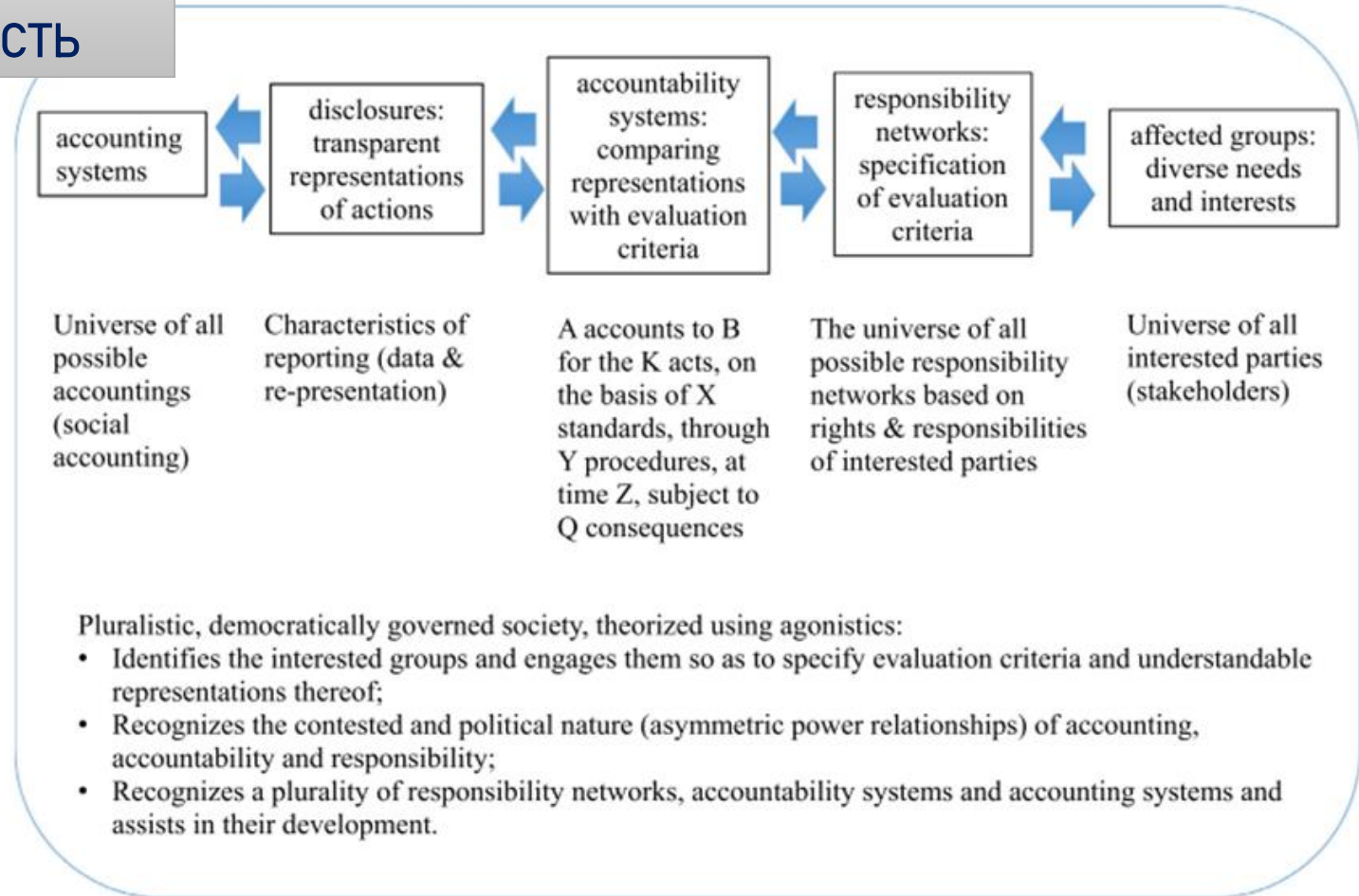


Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Плюралістична перспектива передбачає численні групи з різними потребами та інтересами, і, таким чином, кілька систем підзвітності та обліку. Взаємозв'язок між структурою та критичною діалоговою підзвітністю проілюстровано на рис.

Агоністичні принципи вказують на те, що всі зацікавлені групи мають бути визначені, залучені та сприяння у визначенні важливих критеріїв оцінки та їх змістовного представлення, що відносини є спірними, а резолюції політичними, і що, швидше за все, знадобиться кілька результатів.





Co-funded by
the European Union

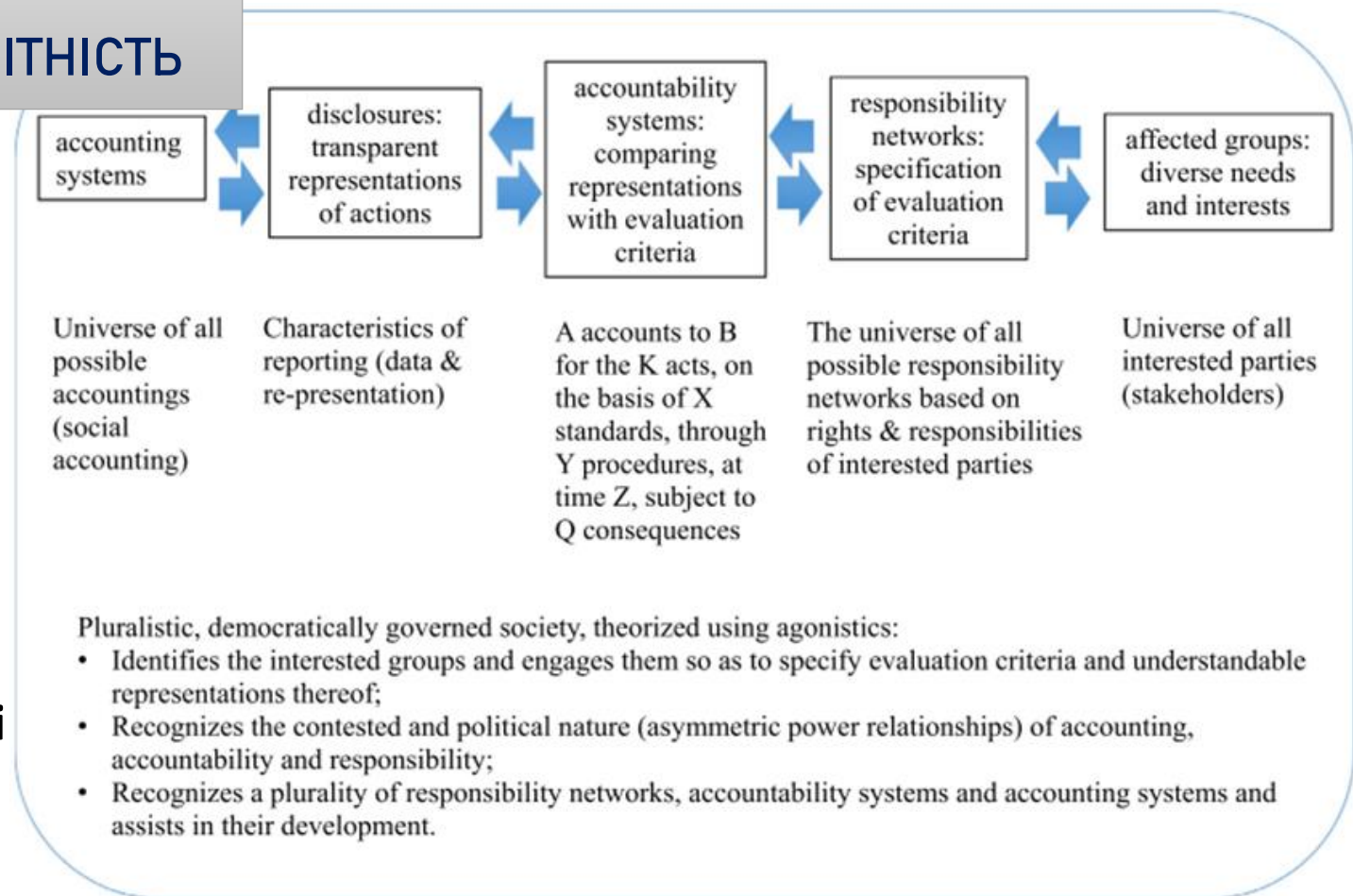


Sumy National
Agrarian University

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ

Комбінація та дозування параметрів визначаються локально, залежно від того, яку функцію має виконувати система підзвітності:

- **запобігання зловживання владою** (конституційна);
- **прислухання до множини голосів** (демократична);
- **розвиток здатності влади зробити мудрі істотні рішення** (епістемна);
- **сприяння довірі суспільства до влади** (популістична)



Dillard, J., & Vinnari, E. (2019). Critical dialogical accountability: From accounting-based accountability to accountability-based accounting. Critical Perspectives on Accounting, 62, 16–38. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2018.10.003>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

2. СОЦІАЛЬНИЙ БАРОМЕТР

Edelman Trust Barometer 2022

METHODOLOGY

The 2022 Edelman Trust Barometer is our 22nd annual trust and credibility survey. The survey was powered by Edelman Data & Intelligence (Dxi) and consisted of 30-minute online interviews conducted between November 1 and November 24, 2021.

10 основних результатів

<https://bit.ly/3sJKH2B>

28

Countries

36,000+

Respondents

1,150+

Respondents/Country



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

2. СОЦІАЛЬНИЙ БАРОМЕТР

ДЕСЯТЬ НАЙВАЖЛИВИШИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Недовіра зараз емоція за замовчуванням у суспільстві. Майже 6 з 10 говорять про свою тенденцію не довіряти чомусь, поки вони не побачать докази того, що це заслуговує на довіру. Ще 64% кажуть, що зараз ми дійшли до точки, де люди нездатні мати конструктивний і громадянські дебати з питань, з яких вони не погоджуються. Коли недовіра за замовчуванням – нам не вистачає здатність дискутувати або співпрацювати.

З вивчених установ, бізнесу найбільш довіряють. Найбільше довіряють бізнесові – 61%, який випереджає неурядові організації (59%), уряд (52%) і ЗМІ (50%). Сімдесят сім відсотків респонденти, однак, довіряють «Мій Роботодавець», що встановлює відносини між роботодавцем і працівником, а це неймовірно важливо.

Уряд і ЗМІ підживлюють цикл недовіри. Майже кожен другий респондент вважає, що уряд і ЗМІ це сили розколу в суспільстві – 48% і 46% відповідно. Крім того, керівники уряду та журналісти суспільні лідери, який найменш довіряють (урядові лідери 42% і журналісти – 46%).

<https://bit.ly/3sJKH2B>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

2. СОЦІАЛЬНИЙ БАРОМЕТР

ДЕСЯТЬ НАЙВАЖЛИВИШИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Джерелам новин не вдається виправдати довіру. Жодному іншому джерелу інформації люди не довіряють: довіра до пошукових систем 59%, слідом традиційних ЗМІ (57%), приватні ЗМІ (43%) і соціальні джерела лише 37%.

Занепокоєння через фейкові новини на історичному максимумі. Занепокоєння через фейкові новини або використання неправдивої інформації як зброї зараз сягає рекордного показника 76%.

Крах довіри в демократії. У багатьох досліджуваних демократіях, установам довіряють менше половини людей, у тому числі лише 46% в Німеччині, 45% - в Іспанії, 44% - у Великобританії та 43 % в США. Більше того, у жодній із розвинених країн не вважають, що їм і їхній сім'ям буде краще жити через 5 років.

Страхи суспільства на підйомі. Без віри у те, що наші інституції будуть пропонувати рішення або суспільне лідерство, соціальні страхи є і стають більш гострим. Так, 85% стурбовані втратою роботи і 75% стурбовані зміною клімату.

<https://bit.ly/3sJKH2B>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

2. СОЦІАЛЬНИЙ БАРОМЕТР

ДЕСЯТЬ НАЙВАЖЛИВІШИХ РЕЗУЛЬТАТІВ

Бізнес має бути більша активно залученим до вирішення соціальних проблем. Бізнес перевершує уряд на 53% за компетентністю і 26 % з етики, респонденти вважають бізнес не робить достатньо для вирішення проблем суспільства, включаючи зміну клімату (52%), економічна нерівність (49%), перекваліфікація робочої сили (46%) і достовірні інформація (42%).

Суспільне лідерство зараз є ядром функції бізнесу. Розглядаючи місце своєї роботи, 60% опитаних хочуть, щоб їхній генеральний директор (CEO) висловлював свою думку щодо спірні питання, які їх хвилюють близько і 80% населення хоче, щоб CEO персонально брали участь під час обговорення державної політики із зовнішніми зацікавленими сторонами і пояснювали, як робота їхньої компанії принесла користь суспільства. Зокрема, від генеральних директорів очікують, що він/вона братиме участь у формуванні політики та дискурсу щодо робочих місць та економіки (76%), нерівності у заробітній платі (73%), технології і автоматизація (74%) та глобальне потепління та зміни клімату (68%).

Бізнес повинен взяти на себе лідерство у зламі циклу недовіри. У кожному випуску з величезним відривом, люди хочуть більшої участі бізнесу, а не меншої. Наприклад, щодо зміни клімату 52% кажуть, що бізнес робить недостатньо, і тільки 9% кажуть, що бізнес робить більше, ніж може у цьому питанні. Роль і очікування від бізнесу ніколи не були зрозумілішим, і бізнес повинен визнати, що його соціальна роль значна.

<https://bit.ly/3sJKH2B>



Co-funded by
the European Union

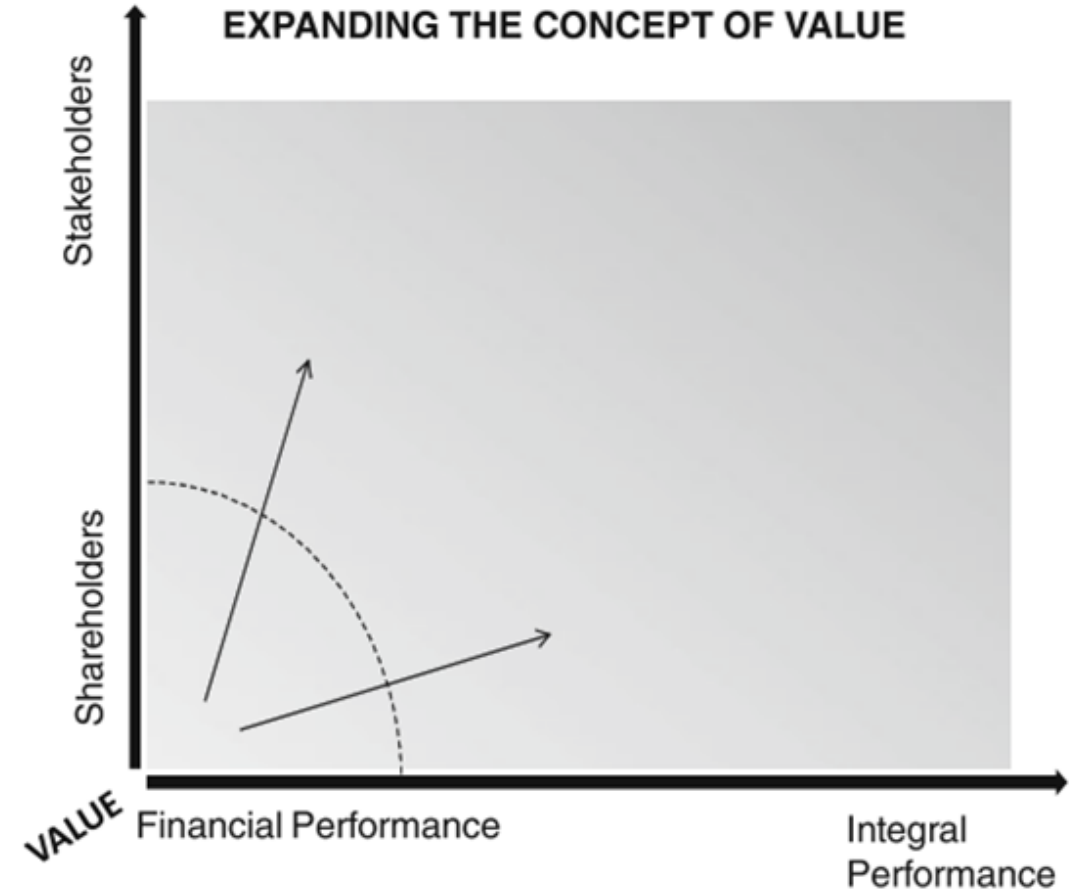


Sumy National
Agrarian University

3. СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ

На сьогоднішній день традиційний погляд зосереджується виключно на вартості, створеній компаніями для своїх акціонерів, тому основним показником вартості є прибуток після вирахування податків. Однак, виходячи з онтологічного погляду на теорію зацікавлених сторін, необхідно розглянути **ширшу концепцію цінності**. Концепцію необхідно розширити у двох напрямках: **з одного боку, існує потреба в інтеграції економічної цінності, розподіленої між зацікавленими сторонами в цілому**, чи то наприкінці операційного періоду (податки, дивіденди, резерви) чи протягом усього процесу ведення економічної діяльності (заробітна плата, соціальні витрати, податки, НДДКР тощо). **З іншого боку, необхідно враховувати непрямий економічний вплив дій організації на різних зацікавлених сторін**. Такі ефекти можуть бути як позитивними, так і негативними (див. рис.).

Retolaza, J. L., San-José, L., & Ruíz-Roqueñi, M. (2016). Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-13377-5>



Поняття інтегрованої цінності. Фінансова та інтегрована результативність (Retolaza et al., 2016, p. 7)



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

3. СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ

Основна проблема аналізу соціальної цінності полягає в тому, що **традиційні методи показують лише фінансову вартість, створену для акціонерів, тобто економічна та соціальна вартість, створена для інших зацікавлених сторін, не відображається в їхніх показниках.** Тому для об'єктивізації цієї цінності необхідний процес стандартизації. **Спосіб вимірювання економічної вартості, створеної фірмою, показано в принципах бухгалтерського обліку, але не існує еквівалентного інструменту для показу соціальної чи екологічної цінності даного проекту чи організації.** Однак повний опис операцій компанії має включати облік не тільки вартості, створеної для акціонерів, але й тієї, яка створюється для інших зацікавлених сторін. Тому необхідно виміряти економічний, соціальний та екологічний внесок фірми чи організації. Як спосіб вирішення цієї проблеми, принаймні частково, ми вважаємо, що корисно ввести концепцію «соціально-економічної цінності», яку ми бачимо не стільки як дохід чи прибуток для державного управління, скільки як соціальну цінність, створену торговельною діяльністю як такою організацій всі види, представлені в основному заробітною платою, закупівлями у постачальників та інвестиціями.

Retolaza, J. L., San-José, L., & Ruíz-Roqueñi, M. (2016). Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-13377-5>



Co-funded by
the European Union

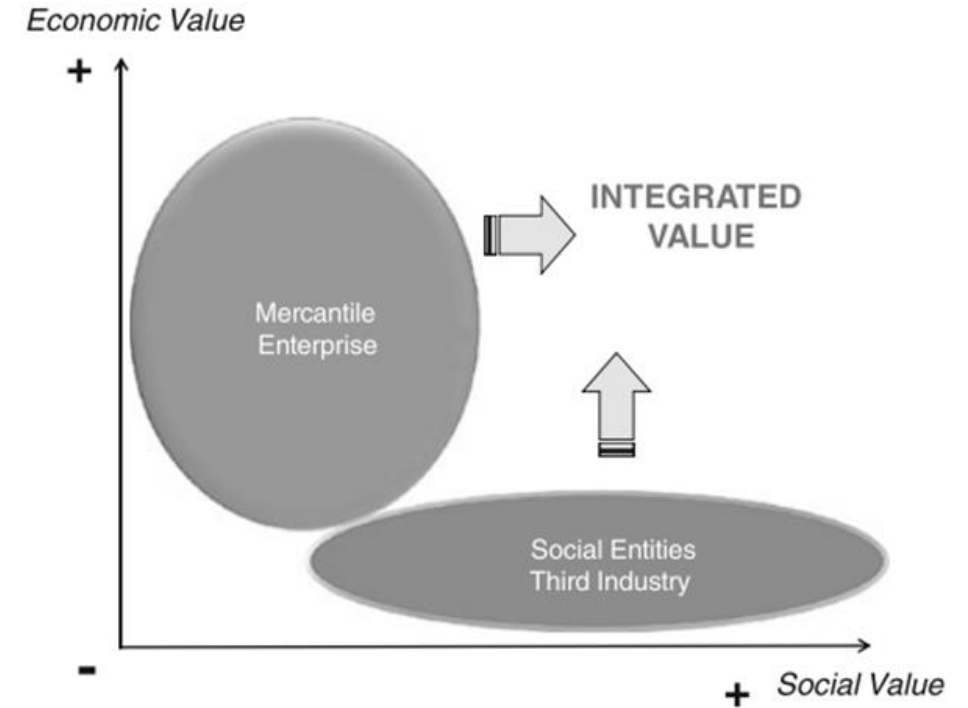


Sumy National
Agrarian University

3. СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ

Відповідно, ми вважаємо, що незалежно від того, чи є їх цілі комерційними чи соціальними, організації створюють змішану вартість із соціальними та комерційними компонентами. Загалом вважається, що комерційні операції спрямовані на створення вартості для акціонерів, а будь-яка вартість, створена для інших зацікавлених сторін, розглядається як просто залишкова; навпаки, соціальні або «некомерційні» організації вважаються пріоритетними для створення соціальної цінності. У запропонованому тут підході всі організації, незалежно від їх природи, корпоративних цілей або місії, **вважаються такими, що створюють інтегровану цінність, яка має економічну цінність та соціальна цінність є складовими частинами** (див. рис.). Ця загальна цінність також повинна включати емоційну цінність, створену організаціями, але об'єктивація та кількісна оцінка цієї цінності виходять за рамки цього дослідження і тому залишаються відкритими як лінія для майбутніх досліджень.

Retolaza, J. L., San-José, L., & Ruíz-Roqueñi, M. (2016). Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-13377-5>



**Змішана вартість: економічна та соціальна
(Retolaza et al., 2016, p. 12)**



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

3. СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ

Онтологічний погляд вважає, що сама сутність фірм пов'язана з соціальною цінністю, що виправдовує існування фірм у соціальному та моральному планах, що тягне за собою нормативну вимогу, щоб вони створювали соціальну цінність. Тому здається логічним для фірм та інших організацій надати собі інструменти управління, які дозволяють їм оцінювати та контролювати соціальну цінність, яку вони створюють, і враховувати її у своєму управлінні. **Вимога про те, щоб соціальна цінність була головною мірою, впливає не тільки на фірми так званого «подвійного прибутку», але й вимагає від усіх фірм і організацій, що працюють на ринку, бути здатними створювати економічну та соціальну цінність одночасно (Retolaza et al., 2016).**

Retolaza, J. L., San-José, L., & Ruíz-Roqueñi, M. (2016). Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-13377-5>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Соціальний облік приймає найрізноманітніші формується та з'являється під різними формами. «Соціальний облік» тут використовується як **загальний термін для зручності для охоплення всіх форм «рахунків, які виходять за рамки економічного»** та для всіх різних ярликів, під якими він з'являється — облік соціальної відповідальності, соціальний аудит, корпоративна соціальна звітність, працівники та звітність щодо зайнятості, діалог із зацікавленими сторонами, а також екологічний облік та звітність.

Соціальний облік не є ані усталеною частиною корпоративної та/або бухгалтерської практики, а також не сприймається з ентузіазмом чи захопленням будь-якою з різних галузей альтернативного/критичного проекту. Таким чином, він не є ані частиною «традиційного обліку».

Один вимір соціального обліку пов'язаний із соціальними та екологічними наслідками традиційного обліку (тобто безпосередньо з альтернативного/критичного проекту), але в рівній мірі йдеться про (спроби) пом'якшення цього та подальших змін у бухгалтерському обліку. **Соціальний облік можна розглядати як всесвіт усіх можливих обліків** (Gray, 2002, p. 692).

Gray, R. (2002). The social accounting project and Accounting Organizations and Society Privileging engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique? Accounting, Organizations and Society, 27(7), 687–708. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(00\)00003-9](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(00)00003-9)



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Якщо соціальний облік — це **всесвіт усіх можливих обліків**, то не може бути єдиного проекту соціального обліку — скоріше є багато проектів, кожен із яких має різні теоретичні, соціальні та політичні прихильності. Деякі з цих проектів краще визначені, розроблені та реалізовані, ніж інші. Деякі «соціальні обліки» залишаються значною мірою нерозвиненими — можливо, скоріше, неувними — у бухгалтерському обліку (Gray, 2002, p. 698).

З іншого боку, мабуть, найбільш систематично розробленою сферою соціального обліку є **позитивістський аналіз феноменів соціального обліку** — як правило, **розкриття інформації про соціальні та екологічні аспекти діяльності компаній**. Вони навчають нас багато чому про явища та підвищують репутацію нових (старших) обліків, але не сприяють безпосередньому розвитку цих обліків — і не очевидно, що основна мотивація такого дослідження полягає в тому, щоб зробити це. Тобто ці дослідницькі проекти є значною мірою пасивними, навіть консервативними, спираючись на явища, які виробляють міжнародні капіталістичні підприємства.

Gray, R. (2002). The social accounting project and Accounting Organizations and Society Privileging engagement, imaginings, new accountings and pragmatism over critique? Accounting, Organizations and Society, 27(7), 687–708. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(00\)00003-9](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(00)00003-9)



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Соціальний облік (Retolaza & San-Jose, 2021), який також називається облік стейкхолдерів (Freeman et al., 2020).

«Якщо корпоративна мета змінюється від створення вартості для акціонерів до створення вартості для більш широкого кола зацікавлених сторін, двовимірну (подвійну) перспективу сьогоdnішнього бухгалтерського обліку необхідно розширити до більш багатовимірного уявлення про ефективність, що може відображати цінність цілісно» (Freeman et al., 2020, p. 90).

Економічний/фінансовий облік не може задовольнити інформаційні вимоги теорії стейкхолдерів. Таким чином, за відсутності конкретної системи інформації теорія зацікавлених сторін може легко порушити «проблему управління» Дженсена. Незалежно від того, чи є принципал лише акціонером (як у агентській теорії), чи сукупністю зацікавлених сторін (мультифідуціарна теорія), проблема агентства може загостритися; а менеджер (агент) мав би виключно контроль над системою обґрунтування цілей та інтересів. **Впровадження теорії зацікавлених сторін у компаніях без обліку, орієнтованого на зацікавлених сторін, дозволить менеджерам діяти на цій передумові.** Тому сама теорія зацікавлених сторін і пов'язана з нею проблема неурядування становлять серйозний виклик традиційному обліку та потребують його розширення.

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038.

<https://doi.org/10.1177/21582440211003865>

Freeman, E., Retolaza, J. L., & San José, L. (2020). Stakeholder Accounting: hacia un modelo ampliado de contabilidad. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 46(100), 89. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.100.18962>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

У традиційній неокласичній теорії **вартість створюється шляхом обміну між попитом і пропозицією**, що розвивається **в умовах вільного ринку**. Загальна теорія конкурентної рівноваги пояснює, що за певних умов максимізація результатів компанією (оптимізація прибутку/вартості) відповідає соціальному оптимуму, тобто створення максимально можливої вартості для суспільства. З цієї точки зору ми могли б вважати, що «[У вільній економіці] існує одна і тільки одна соціальна відповідальність бізнесу — використовувати свої ресурси та брати участь у діяльності, спрямованій на збільшення прибутку, доки він залишається в рамках правил” (Згадувана неодноразово цитата Мільтона Фрідмана). Аналізуючи логіку, що лежить в основі, ми бачимо, **що максимізація прибутку не є самоціллю. Навпаки, він є інструментом для створення цінності для суспільства. Тим не менш, враховуючи, що в мікроекономічній логіці існує двозначна відповідність між обома результатами; максимізація прибутку, яка є набагато більш конкретною та чіткою, може замінити кінцеву мету створення соціальної цінності, що є набагато більш нечітким поняттям. Однак, виходячи з цієї логіки, *МЕТА КОМПАНІЇ ПОЛЯГАЄ НЕ В НІЙ, А СКОРІШЕ, У СУСПІЛЬСТВІ, А В ПРИПУЩЕННІ, ЩО ТЕ, ЩО ДОБРЕ ДЛЯ КОМПАНІЇ, ДОБРЕ ДЛЯ СУСПІЛЬСТВА, ЩО ПОРОДЖУЄ НЕВІДКЛАДНЕ ПОНЯТТЯ DWDG* (роблячи добро, робити добре).**



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

Отже, в *неокласичній економіці не розглядається конфлікт між мотивами максимізації прибутку компанії та її соціальною функцією. Швидше, прибуток є надійним індикатором соціальної функції, яку виконують різні компанії* (Retolaza & San-Jose, 2021). У зв'язку з цим впливає, що цілі компаній, як і всіх інших організацій, не притаманні їм самим, а скоріше, вони зовнішні, тобто соціальні. Цей підхід добре пов'язаний не лише з класичною теорією суспільного договору, але й із сучасними розробками. Більше того, ця перспектива добре поєднується з концепцією суспільства, заснованої на соціалізації, в якій доброзичливість соціальних висловлювань розуміється виключно на основі корисності, яку люди отримують від таких тверджень. Це призвело до широкого розвитку інструментів для вимірювання ступеня матеріального добробуту, включаючи валовий внутрішній продукт (ВВП) і дохід на душу населення, який теоретично і практично тісно корелює з соціальним оптимумом.

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038.

<https://doi.org/10.1177/21582440211003865>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

З наведеного вище аргументу можна зробити висновок, що **економіко-фінансова інформація є надійним індикатором соціальної цінності, створеної компанії, саме чому немає необхідності встановити додатковий соціальний облік для неї**. Лише у випадку неурядових організацій та державних організацій, які формально не реагують на ринкові правила, може бути виправданим запровадженням певного типу управління додатковою інформацією, а саме звітів про соціальний вплив, соціальних балансів та соціального обліку.

Незважаючи на це, **цей зв'язок між корпоративним прибутком та створеною соціальною вартістю не поширений у суспільстві і є суперечливим для значної частини широкої громадськості, яка, загалом, вважає, що прибуток лише приносить користь акціонерам на шкоду інтересам усіх інших зацікавленим сторонам**. З більш технічної точки зору, він має **РЯД ОБМЕЖЕНЬ**. По-перше, щоб він функціонував правильно, необхідно виконати певні припущення, що не завжди так (провали ринку). **По-друге**, базовий оптимум за Парето враховує лише генерацію сукупної вартості, виключаючи будь-які міркування про справедливість розподілу. **По-третє**, у багатьох випадках може існувати компроміс між приватними прибутками та суспільними інтересами.

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038.
<https://doi.org/10.1177/21582440211003865>



Co-funded by
the European Union

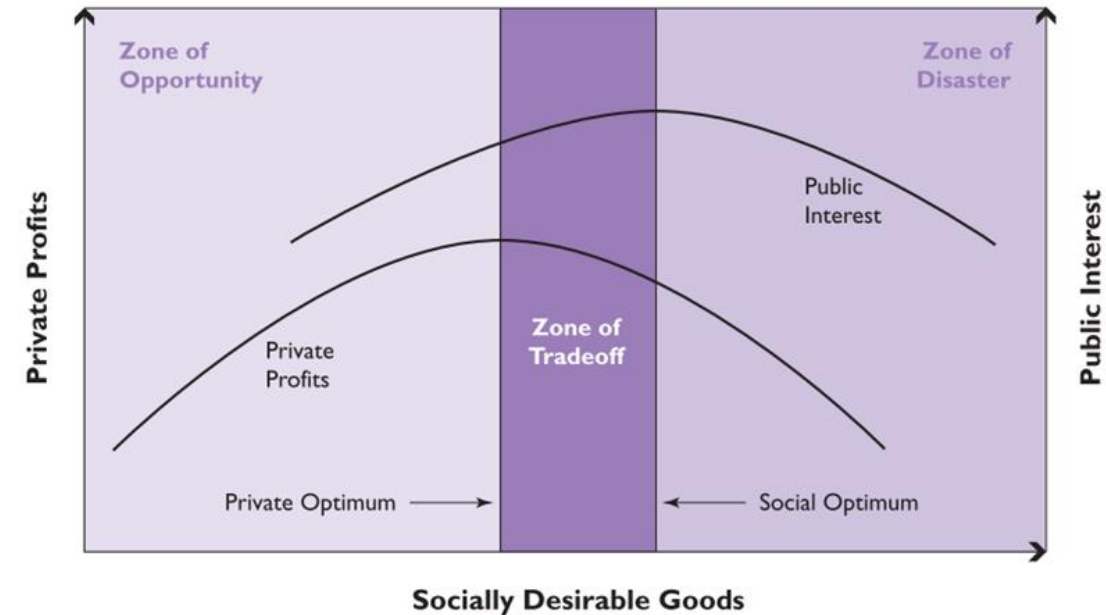


Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

Нарешті, загалом, лише економічна вартість — яка приймає форму ринкових операцій — береться до уваги, усуваючи зовнішні ефекти, як позитивні, так і негативні. Деякі негативні зовнішні ефекти, такі як вартість викидів CO₂, несміливо почали інтерналізуватися, але **інтерналізація соціальних витрат (здоров'я, надбавки, нерівність та виключення) практично відсутня**. За винятком певних чітко визначених умов, позитивні соціальні зовнішні ефекти (підприємництво та інвалідність) не сприймаються як цінність, створена організаціями. Ці обмеження, як самі по собі, так і в поєднанні з іншими проблемами, **означають, що часто існує розбіжність між приватними вигодами та суспільними інтересами** рис. Це тому, що останнє визначається не лише кількістю виробленої вартості, а й її «розподілом» (Karnani, 2011).



Суспільні інтереси проти приватних інтересів (зона компромісу) (Karnani, 2011, p. 72)

Karnani, A. (2011). "Doing Well by Doing Good": The Grand Illusion. *California Management Review*, 53(2), 69–86.

<https://doi.org/10.1525/cm.2011.53.2.69>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

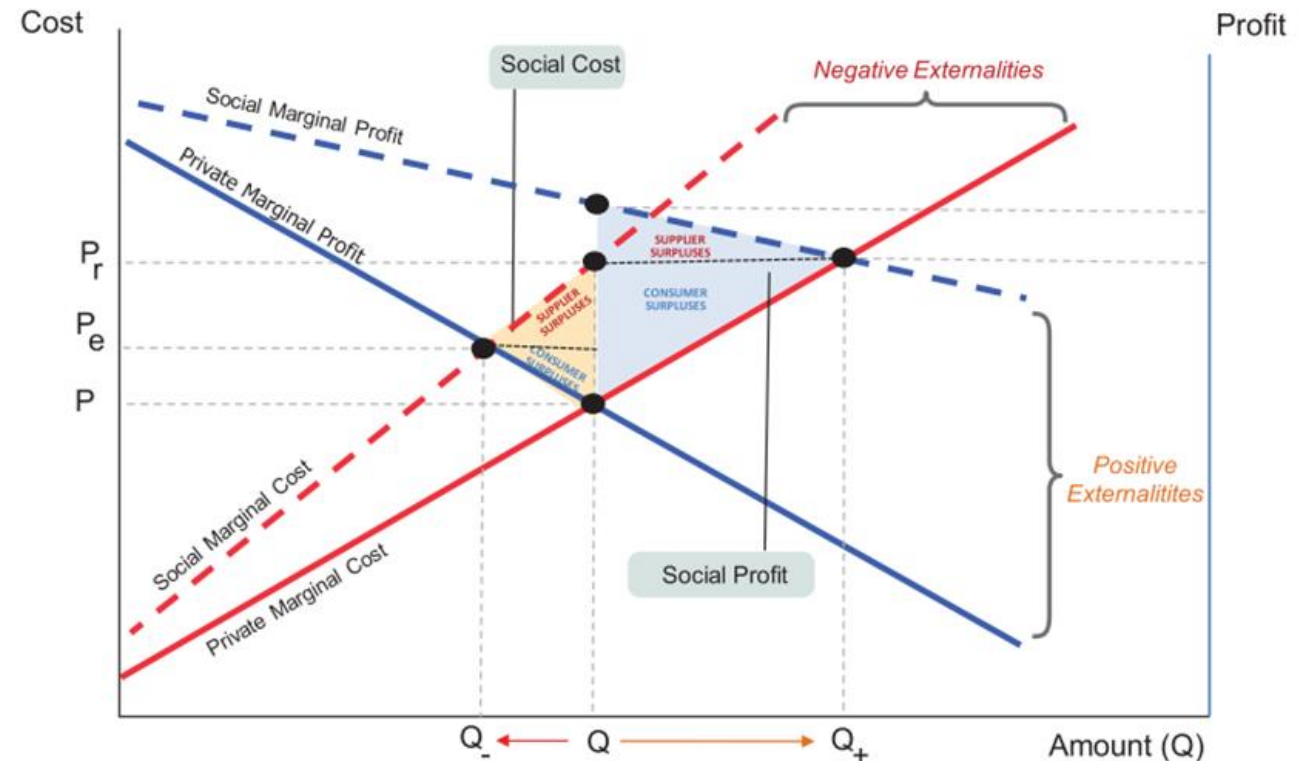
4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Слід підкреслити, що негативні зовнішні ефекти є не єдиними, які існують. Поряд з цим, компанії створюють широкий спектр позитивних зовнішніх ефектів, які неможливо монетизувати безпосередньо за допомогою системи цін.

На рис. ми бачимо зміну соціальної вартості, створеної або зменшеної, коли в точці рівноваги між вартістю та приватним граничним прибутком додається граничний соціальний прибуток, а граничні соціальні витрати віднімаються.

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038. <https://doi.org/10.1177/21582440211003865>

Чи потрібен соціальний облік?



Розрив між маржинальним, приватним і суспільним прибутком **(Retolaza & San-Jose, 2021, p. 4)**



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

Той факт, що те, що добре для суспільства, не обов'язково повинно бути поганим для компанії, і той факт, що те, що добре для компанії, не обов'язково має бути на шкоду суспільству, не означає, що вірна протилежна пропозиція; не все, що добре для компанії, обов'язково добре для суспільства. Однак, якби не було так, це була б велика ілюзія. Можливо, саме цей компроміс між суспільним і приватним прибутком, узгодження якого є однією з головних цілей економічної науки, що викликає недовіру серед широкої громадськості та доповнюється асиметрією інформації, служить для підживлюють всілякі теорії змови (Retolaza & San-Jose, 2021).

Таким чином, з одного боку, ми знаходимо широку громадськість, яка все більше скептично ставиться до передбачуваного співвідношення між вигодою для бізнесу та соціальним добробутом (**криза довіри**). У той час як, з іншого боку, компанії повинні досягти легітимності перед своїми стейкхолдерами в цілому, або через свою відповідальність (альтруїстичний підхід), або у своїх власних інтересах (**криза легітимності**).

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038.
<https://doi.org/10.1177/21582440211003865>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

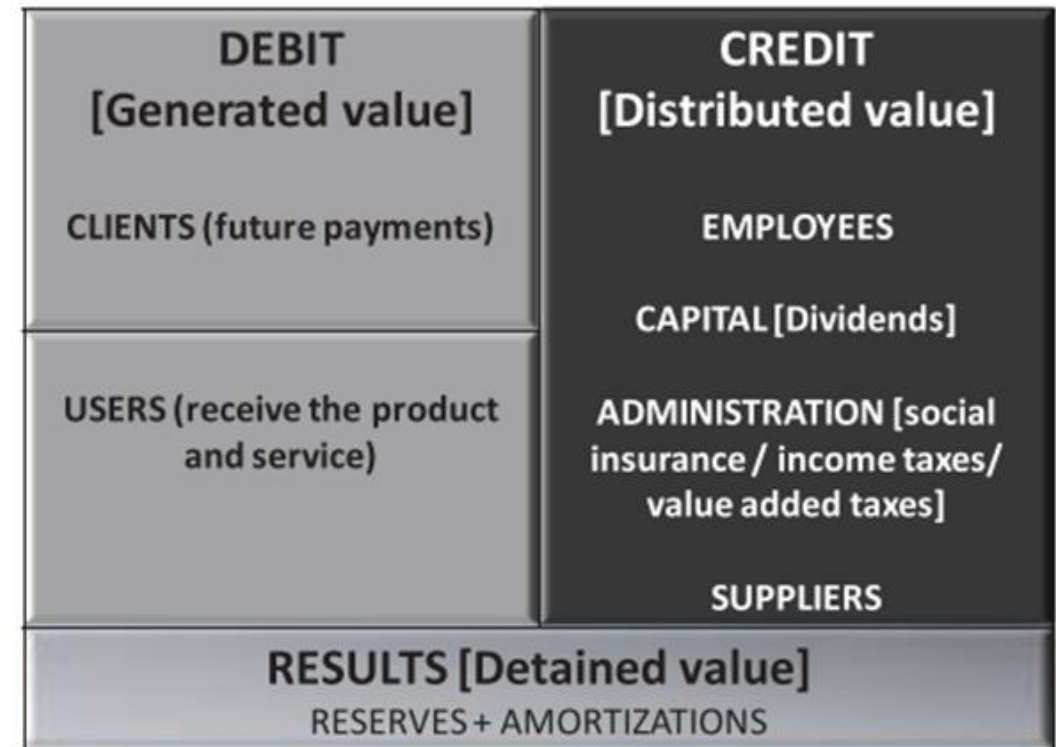
4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

І компанії, і всі інші організації своєю діяльністю створюють робочі місця, а отже, і заробітну плату, що призводить до внесків на соціальне страхування, недержавних пенсійних планів, податку на прибуток та купівельної спроможності. Вони також формують інші види податків (податок з корпорацій, муніципальні податки та податок на додану вартість). Подібним чином ці суб'єкти — або принаймні деякі з них — стимулюють підприємницьку діяльність, купуючи у постачальників, що **можна вважати створенням соціальної цінності, викликаної ринковими операціями**. До цього моменту ми посилалися на цінність, яку всі типи організацій (комерційні компанії, соціальні підприємства, ГО та державні органи) створюють для суспільства своєю ринковою діяльністю і яку можна було б позначити як ринкову соціальну цінність. Як уже зазначалося, це **може бути прямим, через додану вартість, або спричиненим через вартість, обумовлену закупівлями у постачальників** (див. рис.).

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 21582440211003

<https://doi.org/10.1177/21582440211003865>

Чи потрібен соціальний облік?



Створена, розподілена та збережена вартість: Основа пропонованого соціального обліку. (Retolaza & San-Jose, 2021, p. 5)



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

Враховуючи, що в обох випадках мова йде про вартість, створену комерційною діяльністю, це більшою чи меншою мірою відображається в бухгалтерському обліку. Традиційний облік безпосередньо не показує соціальний вплив, який генерує бізнес, отже, **має бути проведений певний процес трансформації, щоб розкрити розуміння соціального впливу, спричиненого ринковою діяльністю організацій**. Більш проблематичною є **неринкова вартість**, яку організації додатково створюють за допомогою зовнішніх ефектів або трансакційних процесів, не врахованих у системі цін (неринкова). Завдяки своїй природі цей тип генерування вартості є очевидним як у державних установах, так і в ГО, але може виникати й у комерційних компаніях усіх типів. Створення робочих місць та інші широко відомі зовнішні ефекти — лише кілька гарних прикладів цього. У комерційних компаніях, залишаючи осторонь їхню можливу інструментальну природу, існують позитивні заходи підтримки громади чи окремих осіб, які мають цінність самі по собі. Тим не менш, ця **вартість не реєструється в бухгалтерському обліку, і в кращому випадку вони будуть вважатися витратами**.

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038. <https://doi.org/10.1177/21582440211003865>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

З огляду на це, класичний економіко-фінансовий облік, здавалося б, дещо обмежений з точки зору надання вичерпної інформації про цінність (у різних її формах), створену або зменшену організацією з часом. Цю проблему було вирішено за допомогою кількох різних ініціатив: з одного боку, створення стандартів щодо звітності про сталий розвиток (наприклад, GRI, інтегровані звіти, SA8000, SROI), а з іншого боку, вимоги з боку адміністрації щодо додаткових нефінансова інформація (наприклад, Європейська директива про нефінансові звіти). Тим не менш, **на сьогоднішній день жодна комплексна система економічної інформації не була успішно розроблена та загальноприйнята для стандартизації та аналізу нефінансової інформації**. У зв'язку з цим тривимірна звітність має високорозвинену систему управління економіко-фінансовою інформацією. Ця система, хоча й зароджується, перебуває в процесі формування консенсусу в екологічній обстановці, і на неї також посиляються в грошових одиницях.



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

Чи потрібен соціальний облік?

Тим не менш, у соціальному середовищі вони не є вичерпними та визначаються в грошових одиницях ефективності. З огляду на те, що з точки зору широкої громадськості економічні та фінансові умови є лише інструментальними, а навколишнє середовище є принципово обмежувачими, ми виявляємо, що не маємо інструментів для контролю та управління основною функцією організацій. Отже, ми не можемо глибше зрозуміти процеси, за допомогою яких організації створюють цінність для зацікавлених сторін (і, отже, суспільства) на основі грошових одиниць. Отже, здається **необхідним запропонувати соціальну систему обліку або систему обліку зацікавлених сторін stakeholder accounting system (так звана SĒA), яка б дозволила нам визначити соціальний рахунок прибутків і збитків у грошовому виразі. Така система, яку ми будемо називати системою соціального обліку (Gray, 2001; Gray et al., 2014), не обов'язково повинна бути альтернативою існуючим немонетарним системам соціальної інформації. Вона може доповнювати їх, пропонуючи систему систематизації, засновану на монетизації поточних інформаційних систем рис. На наступному слайді**

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038. <https://doi.org/10.1177/21582440211003865>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК

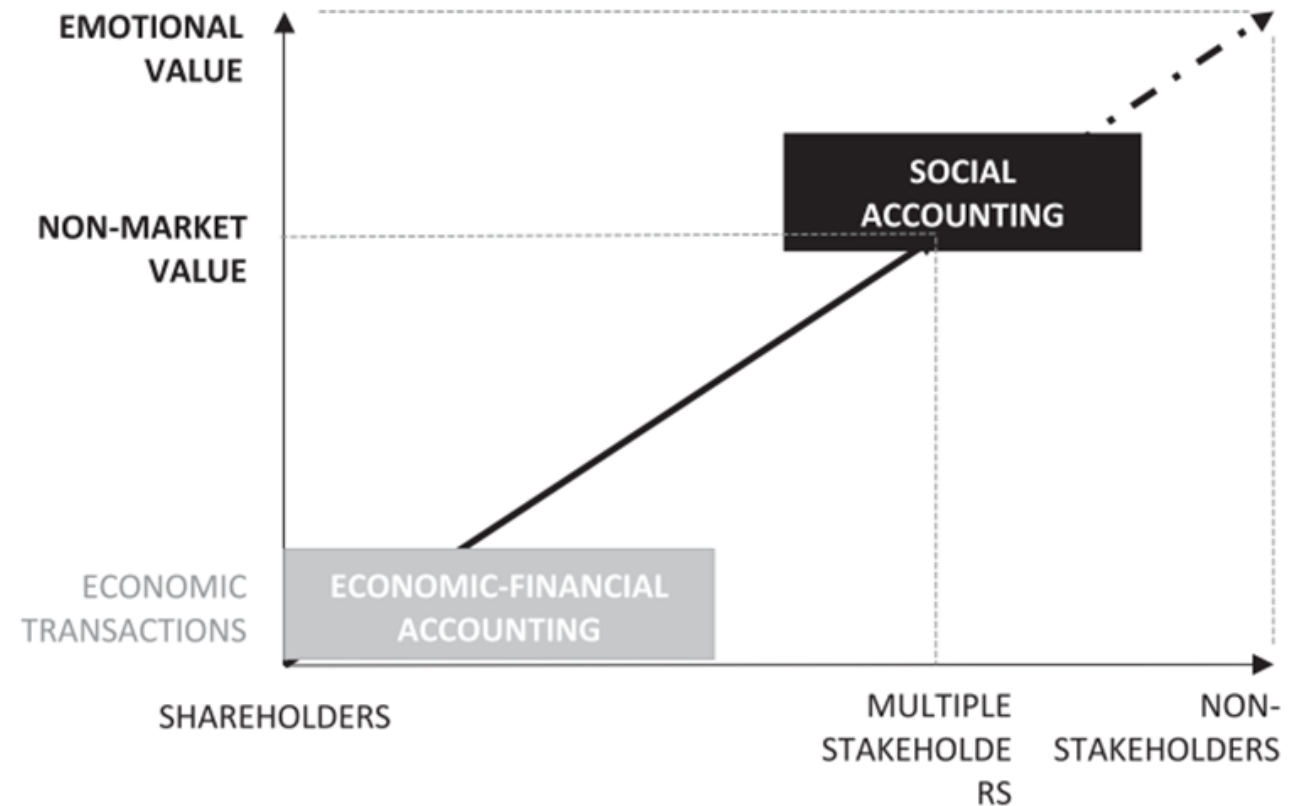
Соціальний облік дозволяє нам розширити традиційний облік у двох вимірах:

1) з одного боку, **шляхом включення неринкової вартості**, яку організації створюють або зменшують у своїй взаємодії з суспільством, включно з емоційною цінністю, а з іншого боку,

2) **шляхом розширення уваги з боку інвесторів і фінансистів, референтів поточної системи бухгалтерського обліку, до набору зацікавлених сторін, які складають організацію.** Емпіричні експерименти, проведені на сьогодні, показують здатність соціального обліку забезпечити взаємопов'язане розуміння економічної та соціальної обстановки через інтеграцію багатовимірного підходу. Цей процес завершується включенням різних змінних, виділених зацікавленими сторонами, та монетизацією неринкової вартості через процес справедливої вартості немонетизованих (неринкових) соціальних результатів, у тому числі емоційних (Retolaza et al., 2016).

Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). Understanding Social Accounting Based on Evidence. SAGE Open, 11(2), 215824402110038. <https://doi.org/10.1177/21582440211003865>

Чи потрібен соціальний облік?



Система соціального обліку: глобальний погляд
Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2021). С. 5



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

The social balance sheet (SBS)

Spanish bank Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)

BBVA був заснований в 1857 році і сьогодні є одним з трьох найбільших фінансових установ в Іспанії, маючи прямі операції в більш ніж 30 країнах, особливо в Латинській Америці. У 2007 році компанія представила свій перший річний звіт про КСВ, в якому соціальна відповідальність і прагнення до її вдосконалення виділяються як один із ключових корпоративних принципів. У цьому документі зазначено основні цілі банку в його прихильності до соціальної відповідальності, включаючи досконалість у виконанні основної діяльності, розвиток «можливостей соціального бізнесу» для створення цінності як для суспільства в цілому, так і для BBVA, а також зосередженість на інвестиціях компанії, які підтримують соціальні ініціативи, особливо у сфері освіти.

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). Sustainability, 13(6), 3075.

<https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

Точніше, у звіті BBVA з КСВ (2012 р.) банк визначив свій звіт SBS як документ, що оцінює виконання компанією корпоративних соціальних вимог протягом конкретного періоду часу, показуючи позитивний і негативний вплив діяльності корпорації на суспільство. Банк використовував *Economic value added* EVA для вимірювання свого внеску в суспільство, який розуміється як цінність створена для зацікавлених сторін, що розраховується як сума дивідендів акціонерів, відсотків, наданих клієнтам, платежів постачальникам, сплачених податків та пожертв третіх осіб. Потім BBVA розділив цей показник на створену економічну додану вартість *generated economic value added* (EVA-G) з маржою, комісійними та іншим доходом, і розподілену економічну додану вартість *distributed economic value added* (EVA-D) з дивідендами акціонерів, виплатами постачальникам, державному управлінню та персоналу, як видно з таблиці 3.1.

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). Sustainability, 13(6), 3075.

<https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

(Million Euros)	2007	2006	2005
SVA (Economic Value added)	27,815	21,882	18,062
Social economic value generated (SEV-G)	18,419	16,821	13,227
Net interest income	9769	8374	7208
Net fee income	4723	4335	394
Income for insurance activities	729	650	487
Other ordinary income	3099	2473	1514
Other net gains and losses	98	989	77
Social economic value distributed (SEV-D)	12,285	10,991	9463
Shareholders: Dividends	2717	222	1801
Minority interests	289	235	264
Suppliers and other administrative expenses (excluding wages and salaries)	2864	2488	2275
Society: Tax	208	2059	1521
Employees: Personnel expenses	4335	3989	3602
Social economic value retained (SEV-R = SEV-G – SEV-D)	6134	583	3763
Provisions and amortization	2725	3314	1757
Reserves	3409	2516	2006

Створена економічна вартість (EVA-G) і розподілена (EVA-D). Взято зі звіту про соціальну відповідальність за 2007 рік, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). (Valmayor et al., 2021, p. 5)

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). Sustainability, 13(6), 3075. <https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

Структура цього звіту залишалася незмінною протягом наступних трьох років до 2011 року, коли був прийнятий Закон про сталий розвиток в Іспанії, а SBS було офіційно включено до річного звіту. Тепер мета полягала в тому, щоб доповнити показники EVA, EVA-G і EVA-D іншими, показуючи кращу оцінку соціального впливу компанії. Перші нові показники SBS наведені в таблиці, пов'язані з пільгами для людей, які отримали іпотеку від BBVA, кількістю дрібних акціонерів у компанії, кількістю створених робочих місць, особами, які отримують гранти, та навчальними програмами.

Number of people living in homes financed by BBVA	4.7 million
Clients in Spain with new credit conditions adapted to their needs	105,000
Entrepreneurs in Latin America financed with microcredits from the BBVA Microfinance Foundation	948,500
People with deposits receiving an average interest of 863€ (millions of people)	2.7 million
People with investments managed by pension fund administrators of the Group in Latin America (millions of people)	13.3 million
Small shareholders receiving an average dividend of 490€	935,406
Jobs created in 2011	3200
Total taxes paid and collected by BBVA (mill€)	8012
Total payments to 6654 suppliers in 2011 (mill€)	5498
Attributable profit after tax dedicated to social programs (%)	2.50%
Children receiving education grants in Latin America	61,436
Persons receiving financial literacy programs	814,483

Таблиця Початковий соціальний баланс (SBS), представлений BBVA. Взято з річного звіту BBVA, 2011. Вплив BBVA на суспільство: соціальний баланс. (Valmayor et al., 2021, p. 6)

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). *Sustainability*, 13(6), 3075. <https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

Ця модель була завершена в 2012 році і представлена як SBS на період з 2012 по 2014 рік під назвою «Соціальний вплив». У цьому документі, наведеному в таблиці, викладені показники у чотирьох широких розділах:

- 1) • внесок у соціальний розвиток і добробут,
- 2) • створення багатства для зацікавлених сторін (в основному дивіденди, податки та зарплати),
- 3) • створення робочих місць (прямі та непрямі) та
- 4) • внески в суспільство через прямі інвестиції.

Звичайно, з цією інформацією дані дають вичерпний огляд соціального внеску банку, хоча важко кількісно оцінити ці дії в грошовому виразі та їх вплив на прибутковість банку.



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

	2013	2012	2011
Contribution to social development and welfare			
Number of people who live in homes financed by BBVA	4,939,731	4,742,622	4,744,654
No. of families with difficulties in meeting their loan repayments that BBVA has helped through new financing conditions adapted to their needs	139,709	117,481	n.a.
No. of SMEs supported or financed by BBVA	348,445	321,918	300,759
Number of micro-enterprises and self-employed people supported or financed by BBVA	1,117,411	999,107	993,489
No. of entrepreneurs in Latin America financed via microcredits by the BBVA Microfinance Foundation	1,493,709	1,293,514	948,508
Total microloan volume of the BBVA Microfinance Foundation (million euros)	861	887	n.a.
Number of people with mobile banking account in Latin America	1,973,407	1,810,530	944,592
Number of banking correspondents in Latin America	27,722	22,756	19,684

Новий соціальний баланс, представлений у звіті за 2013 рік, взятий зі звіту про відповідальну банківську діяльність BBVA 2013 рік (Valmayor et al., 2021, p. 6)

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). *Sustainability*, 13(6), 3075. <https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

Wealth creation			
Total taxes accrued and collected by BBVA's business activity (million euros)	9848	9408	8012
Total investment in technology and innovation (million euros)	891	866	833
Economic value generated (million euros)	21,112	22,120	20,055
BBVA's share of total economic value generated in the countries where it operates (%; weighted)	0.5%	0.5%	0.5%
Number of individual shareholders	994,846	1,008,099	967,175
Average dividend received per individual shareholder (euros)	1100	1066	1057
Job creation			
Net jobs created at BBVA	619	3773	32
New permanent hires	6493	7045	7734
New permanent hires under 30 years old (%)	51	50	50
Number of people hired through the "Yo Soy Empleo" (I am employment) program	3397	n.a.	n.a.
Number of people employed by SMEs and micro-enterprises financed or supported by BBVA in Spain	1,364,883	1,387,070	1,459,575
Number of disabled people or at risk of exclusion employed by companies supported by BBVA	892	694	504

Новий соціальний баланс, представлений у звіті за 2013 рік, взятий зі звіту про відповідальну банківську діяльність BBVA 2013 рік (Valmayor et al., 2021, p. 6)

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). *Sustainability*, 13(6), 3075. <https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

Contributions to society			
Investment in social programs (million euros)	97.1	81.3	74.2
Net attributable profit allocated to social programs (%)	4.4%	4.8%	2.5%
Number of financial literacy program beneficiaries	256,359	251,637	123,768
Number of basic financial skills acquired by beneficiaries of the financial literacy program	829,643	689,881	413,596
Number of recipients of integration scholarships in Latin America	92,264	62,887	59,986
Number of beneficiaries of education for society programs (million)	1.5	1.2	1.1
No. of beneficiaries from BBVA Microfinance Foundation activity in Latin America (million)	6.0	5.2	3.7

Новий соціальний баланс, представлений у звіті за 2013 рік, взятий зі звіту про відповідальну банківську діяльність BBVA 2013 рік (Valmayor et al., 2021, p. 6)

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). *Sustainability*, 13(6), 3075. <https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

З 2015 року розпочався новий етап звітності, соціальна відповідальність тепер включена в бізнес-стратегію компанії та сформульована в новій політиці, спрямованій на гарантування прозорості по відношенню до клієнтів, на створення довгострокової цінності для всіх зацікавлених сторін, а також в інтеграції соціальних та екологічних можливостей у бізнес-модель. Були додані нові індикатори, як можна побачити в таблиці на наступному слайді. Проте, з цими змінами, **класичний звіт SBS додав індикатори EVA та монетизацію діяльність була ліквідована**. Тепер він був замінений спеціальним записом у річному звіті в розділі «Суспільство», де конкретні пункти SBS розпорошені у звіті. Показники економічної доданої вартості, створені та розподілені, з'являлися в окремому додатку у звітах за 2015 та 2016 роки, а **потім були остаточно вилучені зі звіту за 2017 рік**.



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

		2015 Target	Progress 2013–2015
Education	Number of beneficiaries of the financial program	3,000,000	4,140,346
	Number of SME companies from growth program	8000	5348
	Number of SME companies with education programs		120,559
	Number of grants for underprivileged children	200,000	215,171
	Number of beneficiaries of other education for society programs		110,752
Social impact products	Consolidate the presence of Microfinance Foundation in Latin America	To increase the number of participants	419,287
	Number of grants for creating jobs (Yo soy empleo)	10,000	10,000
Shareholders and investors	Synthetic index	1st/2nd position in index	1st position in index
Eco-efficiency	Percentage of reduction in CO ₂ emissions per person	-6%	-16%
	Percentage of reduction in paper consumption per person	-3%	-43%
	Percentage of reduction in water consumption per person	-3%	-23%
	Percentage of reduction in electricity consumption per person	-3%	-14%
	Percentage of people working in certified buildings	33%	33%

**Таблиця
Адаптація
соціального
балансу в 2015
році, взято зі
звіту про
відповідальний
банкінг BBVA
2015
(Valmayor et
al., 2021, p. 7)**

Valmayor, M. Á. M., Duarte Monedero, B., & Gil-Alana, L. A. (2021). The Social Balance Sheet as Part of the Annual Report in Financial Institutions. A Case Study: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). *Sustainability*, 13(6), 3075. <https://doi.org/10.3390/su13063075>



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ

Слід зазначити, що протягом періоду 2005–2015 років **підприємство було включено до престижного індексу сталості Доу Джонса, як і Banco Santander.** Однак у 2016 році, незважаючи на період високих показників, банк був замінений іншими меншими іспанськими структурами, такими як Bankia. Після цієї події інформація, створена компанією, виглядає гіршою за якістю, а інформація менш кількісною. Взагалі кажучи, протягом досліджуваного періоду (2007–2017 рр.), можна сказати, що BBVA працювала над розробкою інструментів репутації, щоб повідомити про свої дії, пов'язані з SBS та CSR, з високим ступенем відповідності чинним нормам. Крім того, основним показником для вимірювання вигод для суспільства протягом цього періоду є EVA.



Co-funded by
the European Union

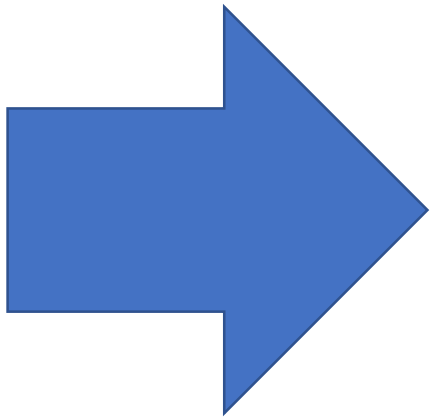


Sumy National
Agrarian University

БОНУС: РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО СОЦІАЛЬНИХ ПИТАНЬ НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНСЬКОЇ ПУБЛІЧНОЇ КОМПАНІЇ

KERNEL

Кернел – провідний у світі та найбільший в Україні виробник та експортер соняшникової олії, ключовий постачальник сільськогосподарської продукції з регіону Чорноморського басейну на світові ринки. Свою продукцію Кернел експортує більш ніж у 80 країн світу. З листопада 2007 року акції компанії торгуються на Варшавській фондовій біржі (WSE).



https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2020/12/FY2020_Kernel_Annual_Report.pdf#page=42

СТОРІНКИ 64–74



Co-funded by
the European Union



Sumy National
Agrarian University

Соціальна підзвітність та соціальний облік

(4 години)

1. ПІДЗВІТНІСТЬ ТА СОЦІАЛЬНА ПІДЗВІТНІСТЬ
2. СОЦІАЛЬНИЙ БАРОМЕТР
3. СОЦІАЛЬНА ЦІННІСТЬ
4. СОЦІАЛЬНИЙ ОБЛІК
5. ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО БАЛАНСУ НА ПРИКЛАДІ КОНКРЕТНОЇ КОМПАНІЇ