

К ВОПРОСУ О ЛОГИКЕ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

В современных рыночных условиях финансовая отчетность не в состоянии полностью удовлетворить информационные потребности стейкхолдеров, поэтому эффективным инструментом информирования заинтересованных пользователей о результатах социально ответственной деятельности является социальная отчетность.

Исследованию отдельных вопросов бухгалтерского учёта социальной ответственной деятельности посвящены работы таких ученых, как Н. Андерсона, И. Акимова, И. Жиглей, В. Карагода, М. Пушкаря и др. Тем не менее, отсутствие в законодательстве категории «затраты на социальную ответственность», отдельных счетов для их учета, перечня таких затрат, – обуславливает актуальность исследования теоретических и прикладных аспектов бухгалтерского учета в части учета затрат на социальную ответственность и порядка отражения информации в отчетности (социальной и финансовой).

Целью работы является определение логики социально ориентированного бухгалтерского учета и последовательности отражения информации в финансовой и социальной отчетности.

Анализ алгоритмической модели компании определения принадлежности хозяйственной операции к социально ответственной деятельности с целью ее учетной отображения, которая представлена в [1, с. 172], позволяет утверждать, что операции, которые составляют социально ответственную деятельность, присущие каждому из видов деятельности компании. Объектами социально ориентированного бухгалтерского учета являются, прежде всего, расходы, связанные с социальной активностью компании (проведение социальных мероприятий).

Для учета затрат на социальную ответственность нами предлагается два варианта использования аналитических счетов, для накопления таких затрат: первый вариант предусматривает использование от-

дельного счета затрат на социально ответственную деятельность; второй – открытие аналитических счетов в разрезе каждого вида затрат.

Выбор использования предложенных вариантов аналитических счетов должен осуществляться с учетом специфики деятельности субъекта хозяйствования, а также организационной структуры. Использование первого или второго варианта аналитических счетов должно зависеть от вида осуществляемой деятельности (если предприятие занимается торговой деятельностью целесообразно использовать первый вариант, и наоборот, производственному предприятию – второй).

Таким образом, логика социально ориентированного бухгалтерского учета и последовательность отражения информации в финансовой и социальной отчетности, подчеркивает необходимость использования аналитических счетов для накопления информации о затратах на социальную ответственность. Взаимодействие аналитических счетов в операциях учета затрат на социальную ответственность позволит повысить детализацию учетной информации, усилить контроль над динамикой затрат, предоставить достоверную и объективную информацию и состояния и результатах финансирования социальных программ и мероприятий.

Список использованных источников

1. Жиглей, И. В. Социально ответственная деятельность: понятие, составляющие и предпосылки отражение в системе бухгалтерского учета / И. В. Жиглей // Проблемы теории и методологии бухгалтерского учета, контроля и анализа. – 2012. – № 3 (24). – С. 170–181.

2. Левицкая, С. А. Социальный учет: методический подход и организационное обеспечение / С. А. Левицкая // Вестник Национального университета «Львовская политехника». Менеджмент и предпринимательство в Украине: этапы становления и проблемы развития. – 2014. – № 797. – С. 255–262.

В. И. Бухтинова, Н. Г. Гарбузова
Научный руководитель – Е. А. Дербинская, БГТУ (Минск)

«ЗЕЛЕНЫЙ» МАРКЕТИНГ И ЕГО ОБРАТНАЯ СТОРОНА

«Зелёный» маркетинг – это маркетинг товаров, основная особенность которых в том, что они не вредят или вредят, но минимально,