

*Шкроміда В. В.*  
*к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування*  
*Прикарпатський національний університет*  
*імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ,*  
*Шкроміда Н. Я.*  
*к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування*  
*Прикарпатський національний університет*  
*імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ*

## **РЕПУТАЦІЙНІ АКТИВИ У СИСТЕМІ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Протягом останніх двох десятиліть корпоративна репутация компанії залишається однією з актуальних тем у галузі досліджень корпоративного управління, маркетингу та паблік-рілейшн. Відкритість інформації та загострення уваги суспільства до економічної діяльності компаній змінили концепцію ведення бізнесу від закритої моделі, в основному зорієнтованої на максимізацію прибутку, до відкритої, яка передбачає збереження природних ресурсів, покращення якості життя та задоволення суспільних інтересів. За таких обставин, збереження і покращення репутаційних характеристик компанії реалізується у контексті принципів сталого розвитку, які є прийнятими і верифікованими на міжнародному рівні. Іншими словами, вирішення важливих соціальних, загальноекономічних та екологічних питань, розв'язання яких донедавна були, зазвичай, компетенцією державних структур і завданнями громадських організацій, на сучасному етапі зміщується у сторону представників бізнес-середовища, які самостійно ініціюють та вирішують означені проблеми.

Встановлено, для підсилення репутаційної привабливості і корпоративної соціальної відповідальності в сучасних умовах господарювання керівництво компаній прикладають значних зусиль у напрямку пошуку нових підходів управління корпоративною репутацією. Для цього значна увага приділяється збору і систематизації інформації про наявні репутаційні активи компанії, які є вагомими для зацікавлених сторін, та пошуку можливостей для їх збереження і нарощення.

Відомо, для оприлюднення намірів щодо переслідування і дотримання принципів сталого розвитку управлінці окремих компаній

широко застосовують інтегровану звітність, так звану ESG-звітність [1]. З однієї сторони, вказаний вид звітності покликаний відображати екологічну і соціальну активність компанії, демонструвати її участь у підтримці і забезпеченні життєдіяльності майбутніх поколінь. Одночасно з іншої сторони, формування ESG-звітності дозволяє компанії оприлюднити значні конкурентні переваги в нових умовах інформаційної економіки. За таких умов, відображення ресурсів, пов'язаних з ESG-активністю, дають можливість компанії продемонструвати репутаційні активи з метою побудови довіри серед ключових стейкхолдерів та формування їх лояльності [2].

Досліджено, дедалі більше українських компаній долучаються до міжнародного тренду, пов'язаного з вирішенням питань сталого розвитку та впровадженням інтегрованої звітності. Позитивним моментом вітчизняного досвіду є поступове покращення розуміння щодо необхідності реалізації ESG-активності і значимості впровадження означеної звітності. А з іншої сторони, існує ряд труднощів щодо змістового наповнення ESG-звітності та розкриття основних її компонентів. Вважаємо, для цього потребується активізація заходів, пов'язаних з популяризацією ESG-звітності та набуттям професійних компетентностей щодо її формування. У підсумку це дозволить розширити коло представників вітчизняного бізнесу, які намагатимуться провадити власну господарську діяльність відповідно до принципів сталого розвитку.

Перспективою розвитку інтегрованої звітності та розкриття інформації про ESG-активність, на наш погляд, є поступове залучення нових компаній, починаючи з великого та завершуючи середнім і малим бізнесом. Адже відомо, завдяки такій активності компанія накопичує свій соціальний капітал, покращує якість соціальних зв'язків та, у підсумку, розвиває і нарощує репутаційні активи. У результаті підвищується довіра до компанії (з боку співробітників, місцевої громади, державних органів влади) та формується їх лояльність. Зрозуміло, найголовнішим результатом таких тенденцій є повномасштабна реалізація міжнародної програми сталого розвитку та збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

#### **Список використаних джерел:**

1. Gökten, P. & Marşap, B. (2017). Paradigm Shift in Corporate Reporting. *Accounting and Corporate Reporting - Today and Tomorrow*. IntechOpen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68832>

2. Shkromyda, V., Shkromyda, N., Gnatiuk, T., & Vasylyuk, M. (2021). Reputation Management Technological Tools: a Stakeholder Approach. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 8(3), 97-105. <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.97-105>