

СТРАТЕГІЧНІ ОБЛІКОВІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНТЕГРОВАНА ЗВІТНІСТЬ

В останні роки серед представників наукової спільноти в сфері стратегічного менеджменту почали використовувати поняття « стратегічної комунікації» , яке включає в себе набір різноманітних комунікаційних методів, інструментів та процедур, які сприяють досягненню стратегічних цілей підприємства за допомогою забезпечення комунікації між суб'єктами стратегічного менеджменту підприємства та його керівництвом, працівниками і стейкхолдерами.

Виходячи з даної концепції існують різні види стратегічних комунікацій, зокрема, управлінські, PR-комунікації, інформаційні / соціальні маркетингові кампанії, до складу яких можна включити процес підготовки, обробки та передачі облікової інформації стратегічного спрямування внутрішнім та зовнішнім користувачам. Таким чином, обліковий процес можна розглядати як елемент стратегічної комунікаційної взаємодії всередині підприємства та з зовнішніми стейкхолдерами через суб'єктів організації обліку, суб'єктів його ведення та практики комунікації, що також підтверджується існуючими дослідженнями (О.А. Лаговська, В.В. Муравський), в яких система бухгалтерського обліку розглядається як інформаційно-комунікаційна система.

Стратегічні облікові комунікації – це цілеспрямований комплекс заходів, що стосуються створення та передачі облікової інформації про стратегію підприємства різним групам користувачів на основі використання комунікаційних ресурсів, засобів та інструментів, і які здійснюються для досягнення місії підприємства. Зокрема, стратегічні облікові комунікації здійснюються виходячи з потреб стратегічного менеджменту для розробки та реалізації стратегії підприємства, а також з метою інформаційного впливу на внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів, щоб створити умови для посилення конкурентних переваг підприємства. Одним із інструментів таких комунікацій є формування та оприлюднення інтегрованої звітності, в якій розкривається інформація про стратегічні ініціативи підприємства.

Визначальними відмінностями стратегічних облікових комунікацій від традиційного процесу формування та оприлюднення облікової інформації є наступні: 1) Вони цілеспрямовано здійснюються на вимоги і відповідно до потреб суб'єктів стратегічного менеджменту підприємства; 2) Вони реалізуються через організаційні зусилля суб'єктів реалізації стратегічного менеджменту (через їх вплив на організацію обліку та порядок представлення облікової інформації в інтегрованій звітності); 3) Вони передбачають обов'язкове врахування стратегічного контексту – формування і передачу інформації, що необхідна для формування і реалізації та про стратегію підприємства.

Існують два види стратегічних облікових комунікацій підприємства: 1) Внутрішні стратегічні облікові комунікації – заходи з створення та передачі облікової інформації про стратегію підприємства для внутрішніх користувачів (власники (акціонери) підприємства, вище керівництво, стратегічні менеджери

різних рівнів тощо), які на основі такої інформації приймають стратегічні управлінські рішення; 2) Зовнішні стратегічні облікові комунікації – заходи з створення та передачі облікової інформації про стратегію підприємства зовнішнім користувачам (різні види існуючих та потенційних зовнішніх стейкхолдерів), які на основі такої інформації приймають рішення довгострокового характеру щодо здійснення інвестицій, надання позик, вступу в стратегічні альянси, здійснення спільної діяльності тощо.

Використання концепції стратегічної комунікації в бухгалтерському обліку дозволяє структурувати існуючі дослідження, пов'язані з необхідністю формування облікової інформації стратегічного спрямування для внутрішніх та зовнішніх користувачів, об'єднати їх в єдине ціле як об'єкт для аналізу у вигляді різних видів стратегічних облікових комунікацій. Даний підхід на сьогодні набуває значного поширення як в дослідженнях вчених, що займаються питаннями стратегічного управлінського обліку, серед розробників МСФЗ, які намагаються знайти шляхи підвищення якості комунікації між суб'єктами формування та користувачами фінансової звітності, а також серед окремих регуляторів національних облікових систем (Рада з фінансової звітності, Великобританія), які нормативно закріплюють необхідність складання спеціалізованої звітності про стратегію підприємства. Вищенаведене підтверджує актуальність застосування даної концепції для пошуку напрямів подальшого розвитку бухгалтерського обліку в напрямі формування облікової інформації стратегічного спрямування, зокрема, за допомогою розвитку системи інтегрованої звітності.

Розвиток системи інтегрованої звітності слід проводити виходячи з того, що внутрішнім користувачам потрібна облікова інформація для процесу формування, реалізації та коригування стратегії підприємства, а зовнішнім користувачам – про всі стратегічні ініціативи підприємства для прийняття власних стратегічних рішень (інвестиційних, позикових тощо), пов'язаних з його діяльністю. При цьому відкритим залишається питання щодо джерел інформації, які використовуватимуться для формування інтегрованої звітності щодо стратегії підприємства. Оскільки протягом останніх років значного розвитку набув стратегічний управлінський облік, орієнтований на формування необхідної інформації для потреб суб'єктів стратегічного управління, то удосконалення облікового забезпечення внутрішньої інформаційної комунікації щодо стратегії підприємства слід здійснювати в рамках даної концепції. Для забезпечення зовнішньої інформаційної комунікації щодо стратегії підприємства слід удосконалювати чинну систему фінансового обліку шляхом розробки нових теоретичних засад, які будуть покладені в основу залучення нових методологічних та організаційних інструментів, які забезпечуватимуть формування та представлення облікової інформації стратегічного спрямування зовнішнім користувачам.