

Практичне заняття 1

Декомпозиційний аналіз складових інтегрованої звітності підприємства

Частина 1

1.1. Підготовка до виконання завдання:

Першим етапом виконання даного завдання є вибір об'єкта дослідження. Необхідно обрати 3 підприємства, які оприлюднюють фінансову звітність у відкритих джерелах. Після визначення об'єкта дослідження слід здійснити пошук та завантаження офіційної фінансової звітності обраних підприємств за останній звітний період (за два роки для можливості проведення динамічного аналізу).

На наступному етапі необхідно систематизувати отримані дані та сформувати інформаційну базу для проведення аналітичних розрахунків. Фінансова звітність повинна включати: баланс (форма №1), звіт про фінансові результати (форма №2), звіт про рух грошових коштів (форма №3) та примітки до фінансової звітності. Наступними вихідними даними повинні бути за можливості: статистична звітність; податкова звітність; інтегрована звітність; звітність зі сталого розвитку; ESG-звітність; інтегрований звіт; інша звітність; організаційно-розпорядчі документи; інформація про суб'єкта звітування наведена у вільному доступі, тощо.

1.2. Необхідно визначити коло заінтересованих сторін підприємства та вказати способи взаємодії з ними, які використовуються. Приклад формалізації результатів дослідження наведений у табл. 1.

Таблиця 1. Групи заінтересованих сторін та взаємодія з ними

<i>Група заінтересованих сторін</i>	<i>Можливі варіанти взаємодії</i>
Власники/ потенційні інвестори	Річний звіт, зустрічі, презентації, корпоративний сайт, фінансові звіти, участь у конференціях, ділові зустрічі, публікації у ЗМІ, соціальні мережі.
Працівники	Збори, тематичні семінари, корпоративні заходи, анкетування, колективний договір, кодекс корпоративної етики, навчальні тренінги, «гаряча» лінія, соціальні мережі, професійні свята тощо.
Клієнти	Корпоративний сайт, анкетування, презентації, річний звіт, консультації, переговори, інтерв'ю, соціальні мережі, «гаряча» лінія, зустрічі, конференції, друковані матеріали, виставки, фестивалі і т.п..
Постачальники, підрядники (партнери)	Консультації, корпоративний сайт, річний звіт, участь у конференціях, переговори, ділові зустрічі, соціальні мережі, «гаряча» лінія.
Професійна спільнота	Участь у професійних громадських організаціях, конференціях та інших заходах, які ними проводяться
Органи влади	Консультації, семінари, офіційне листування, круглі столи, «гаряча» лінія
Місцеві громади (місто, район, область тощо)	Конференції, круглі столи, соціальні та благодійні програми, публікації у ЗМІ, плакати, буклети, корпоративний сайт, «гаряча» лінія, збори громад, засідання Громадських наглядових рад, корпоративні видання тощо

** Примітка: Перелік стейкхолдерів повинен відображати особливості обраного суб'єкта звітування. В результаті дослідження може виявитися, що з певними групами взаємодія відсутня. Це буде основою для висновків і пропозицій.*