УДК 657: 65. 92

І. М. Сисоєва,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського національного університету, м. Вінниця, Україна
ORCID ID: 0000-0003-0567-1658

DOI: 10.32702/2306-6792.2021.4.31

ЕКОЛОГІЧНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ПИТАННЯ (ESG) ЯК ІМПЕРАТИВ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

I. Sysoieva,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Accounting and Taxation,
Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics of West Ukrainian National University

ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE ISSUES (ESG) AS AN IMPERATIVE FOR BUSINESS IN A PANDEMIC

У статті наведено сутність корпоративної соціальної відповідальності та її складових.

Здійснено з дослідженням процесу управління під впливом COVID-19 та перспективи розвитку діяльності підприємств після пандемії. Розглянуто такі складові: підготовка до наслідків змін клімату; задоволення попиту споживачів з метою показати відповідальність бізнесу; визначення способів залучення і збереження фахівців, демонструючи вихід за рамки традиційних фінансових критеріїв; задоволення зростаючого попиту на відповідність до вимог ESG (довкілля, соціальна сфера та управління) в тендерах та задоволення посиленого контролю уряду, наприклад, вимог до звітності щодо прозорості й управління; проблеми, через які керівники переглядають ланцюги поставок. Спрогнозовано можливий вплив Covid-19 на довкілля, соціальну сферу та управління під час пандемії, через 3—6 місяців, через 12 міс. і більше, адже пандемія стала серйозною кризою з величезними гуманітарними наслідками, але це також час, коли стійкі й соціально відповідальні компанії замислилися над своїм призначенням.

Доведено, що у надскладних умовах світової кризи вимоги до бізнесу значно зросли.

The article presents the essence of corporate social responsibility and its components.

A study of the management process under the influence of COVID-19 and the prospects for the development of enterprises after the pandemic. The following components are considered: preparation for the consequences of climate change; meeting consumer demand in order to show business responsibility; identifying ways to attract and retain professionals, demonstrating going beyond traditional financial criteria; meeting the growing demand for compliance with ESG (environment, social and governance) requirements in tenders and meeting enhanced government control, such as transparency and governance reporting requirements; problems through which managers review supply chains. The possible impact of Covid-19 on the environment, social sphere and management during the pandemic is predicted in 3—6 months, in 12 months and more, as the pandemic has become a serious crisis with huge humanitarian consequences, but it is also a time when sustainable and socially responsible companies thought about their purpose.

It has been proven that in the extremely difficult conditions of the global crisis, the requirements for business have never been so high, and expectations continue to grow. Managers have to do everything possible to protect their employees, and at the same time face serious economic pressures that could potentially threaten the future of their business. However, some companies continue to create lasting value for their stakeholders by linking ESG's material issues to customer experience, business processes, strategy, communication and culture. Their vision and commitment to a sustainable

Передплатний індекс 21847

organizational framework based on financial management and ESG provides an additional level of risk protection, while enhancing opportunities for innovation and added value for stakeholders, as careful study of stakeholders' views and encouragement of dialogue will be an important element in making adjustments and reaching compromises, which is a necessary condition for meeting the needs of all stakeholders.

Ключові слова: довкілля, соціальна сфера, управління, стейкхолдери, корпоративна соціальна відповідальність, соціальний аудит, менеджер.

Key words: environment, social sphere, management, stakeholders, corporate social responsibility, social audit, manager.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Саме зараз в Україні все більше компаній звертають свою увагу на ESG. Адже ESG-інвестування враховує екологічні, соціальні та управлінські ризики й можливості організації, які можуть значно вплинути на її діяльність. Ці фактори використовуються для всебічного розширення і удосконалення традиційної оцінки діяльності компанії. В свою чергу інвестори все більше усвідомлюють цінність використання факторів ESG для прийняття інвестиційних рішень. З початком пандемії найбільшою загрозою для розвитку бізнесу було визнано ризик, пов'язаний з людським капіталом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням суті соціальної відповідальності, необхідності її дослідження, займалися такі науковці: С. Адамс, В. Дерій, І. Жиглей, В. Жук, С. Король, М. Краснова, С. Левицька, Н. Правдюк, Л. Чижевська, Д. Оуен, Джессі Ф. Діллард (Jesse F. Dillard), Г. Робінсон (Hank Robinson) та ін. [2—7]. Віддаючи належне напрацюванням провідних науковців, слід зазначити, що проблеми, пов'язані з обліком соціальної відповідальності, в умовах світової економічної кризи, спричиненої пандемією COVID-19, потребують подальшого дослідження.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження процесу управління під впливом COVID-19 та перспективи розвитку діяльності підприємств після пандемії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Компанією KPMG 2020 CEO Outlook було проведено опитування понад тисячі керівників світового рівня щодо підприємницької діяльності й економічного зростання та у деталізованому звіті запропоновано прогноз. Опитування пропонує унікальний погляд на те, як змінилося мислення керівників у всьому світі після запровадження карантину. На першому етапі, у січні та лютому 2020 року, до того як чимало провідних ринків почали відчувати на собі наслідки кризи, зумовленої пандемією, KPMG опитала 1300 керівників. З 6 липня по 5 серпня 2020 року, KPMG додатково опитала 315 керівників, щоб зрозуміти, як змінилося мислення лідера компанії під час кризи. В обох випадках річний прибуток усіх респондентів перевищує 500 мільйонів доларів США, а річний прибуток третини опитаних компаній перевищує 10 мільярдів доларів США, при цьому компанії з прибутком до 500 мільйонів доларів США не відповідали. Опитування за січень — лютий 2020 року охопило лідерів одинадцяти провідних ринків: Австралії, Великобританії, Індії, Іспанії, Італії, Китаю, Нідерландів, Німеччини, США, Франції та Японії) і 11 провідних галузей (автомобілебудування, банківська справа, виробництво споживчих товарів і роздрібна торгівля, інфраструктура, галузь медично-біологічних наук, переробна промисловість, страхування, телекомунікації, технології і управління активами) [1].

У розпал гуманітарної кризи та кризи охорони здоров'я, керівники зосередилися на розбудові надійних, цілеспрямованих організацій, які вирішують важливі соціальні проблеми:

1. Оновлене розуміння поняття "призначення". На початку 2020 року 77% керівників заявили, що основна мета їх організацій відповідати призначенню або бути соціально вмотивованими, а на початку 2021 року 79% опитаних визнають, що з початком кризи відчувають сильнішу відданість своїй компанії.

2. Від емпатії до дії. Понад третина керівників (39%) зазнала впливу COVID-19 на своє здоров'я або на здоров'я членів їхніх родин. 55% змінили свою стратегію реагування на пандемію.

Передплатний індекс 21847

Таблиця 1. Зміна загроз для зростання

Показник	Найбільша загроза зростання 2019 р., у %	Найбільша загроза зростання 1 півріччя 2020 року, у %	Найбільша загроза зростання 2 півріччя 2020 року, у %	Зміна у порівнянні з попереднім періодом, у %	Зміна у порівнянні з попереднім періодом, у %
Людський капітал	2	1	21	-1	+20
Ланцюг поставок	2	2	18	X	+16
Повернення до територіалізму	16	19	14	+3	-5
Проблеми довкілля/ кліматичні зміни	21	22	12	+1	-10
Кібербезпека	14	15	10	+1	-5
Підривні технології	19	11	7	-8	-4
Операційна діяльність	13	10	4	-3	-6
Регуляторна політика	7	8	5	+1	-3
Податки	0	2	4	+2	+2
Процентні ставки	3	3	2	X	-1
Репутація	3	6	2	+3	-4
Внутрішня неетична культура	0	1	1	+1	X
Разом:	100	100	100	-	-

Джерело: власна розробка автора.

3. Відстоювання рівноправності. На початку 2020 року 65% заявили, що відповідно до того, як падають впевненість і довіра до уряду, зростають очікування громадськості, що соціальні проблеми вирішуватиме бізнес. Сьогодні 81% опитаних впроваджує нові заходи боротьби з расизмом.

Плануючи шлях до довготермінового зростання, бізнес-лідери розуміють, що карантин створив нові виклики. Цілком ймовірно, що потенційна друга хвиля COVID-19 на їхніх ринках цілком поглибить це занепокоєння та спричинить подальші несприятливі наслідки, як то утримання провідних співробітників, найм талановитих працівників та підтримка мотивації персоналу. У січні керівники розмістили ризик людського капіталу на одинадцятій позиції серед інших ризиків для зростання. Утім, з початком пандемії ризик людського капіталу піднявся у рейтингу і був визнаний найбільшою загрозою для бізнесу, обійшовши ланцюжок поставок, загрозу повернення до територіалізму та проблеми довкілля (табл. 1).

Управління ризиками, пов'язаними з людським капіталом, вимагає від керівників одночасного зосередження як на нагальних проблемах, так і на довготермінових перспективах. Керівники сьогодні чудово усвідомлюють, що людський капітал буде ключем як до довготермінового зростання, так і до розбудови організації, здатної процвітати в новій постковідній реальності. Щоб відповідати мінливим потребам і поведінці клієнтів, знадобляться працівники нового цифрового покоління. Відповідно до того, як посилюватиметься автоматизація виробничих процесів, підвищення кваліфікації й перепідготовка відіграватимуть у працевлаштуванні й ефективності працівників вирішальне значення. У разі створення нової організації все більшої ваги набуватиме готовність людей постійно навчатися і вміння адаптовуватися. Надзвичайно важливим кроком стане розробка нових навчальних програм і їхній віртуальний виклад.

Пандемія створила економічну проблему, яка стала визначальною для подальшої кар'єри більшості керівників. З огляду на масштаби цієї проблеми, багато хто переймався, що керівники будуть змушені відсунути на задній план важливість екологічних, соціальних і управлінських питань (ESG). Тим не менше, дослідження показує, що керівники й надалі активно переймаються згаданою проблематикою, зокрема соціальною (S) складовою ESG.

Майже дві третини (63%) заявили, що реагування на пандемію змусило їх зосередитися на соціальному компоненті їхньої ESG програми. Це не означає, що керівники відходять від екологічної (E) складової ESG. Керівники вищої ланки чудово усвідомлюють, що у наступні десятиліття кліматичні зміни також становитимуть серйозну економічну й гуманітарну загрозу, і що є потреба перебудувати організації у такий спосіб, щоб підтримувати нову й стійку економіку. Віддзеркаленням серйозності, з якою керівники ставляться до кліматичного питання, є віра багатьох з них у те, що управління кліматичними ризиками буде визначальним фактором для збереження їхніх робочих місць у наступні п'ять років, майже 2/3 вважають такий розвиток подій дуже ймовірним.

Передплатний індекс 21847

На думку Джейн Лорі, голови міжнародного відділу з корпоративних питань KPMG International, невпинна увага до питань ESG під час пандемії і особливий акцент на соціальному вимірі, вказує на той факт, що ефективність роботи в цих сферах ключ до демонстрації сили і впливу призначення організації. "Реакцією керівників на викликану COVID-19 кризу стало ще більше зосередження на призначенні, яке слугує співробітникам й стейкхолдерам за дороговказ у питанні, навіщо їхня компанія існує і в який спосіб намагається зробити свій внесок у світовий розвиток, каже вона. Дослідження демонструє, що керівники виносять на перші позиції порядку денного зусилля, спрямовані на екологічні, соціальні й управлінські питання (ESG) як імператив для бізнесу, разом з соціальною діяльністю, яка йде пліч-о-пліч з екологічними планами" [1].

Таблиця 2. Екологічні, соціальні та економічні питання (ESG)

CSR–корпоративна соціальна відповідальність:	Сталий розвиток:
1. Зацікавлені сторони (стейкхолдери)	1. Енергія та викиди
2. Етика	2. Відходи
3. Співробітники	3. Управління ресурсами
4. Благодійність	4. Зелений офіс та виробництво
5. Добробут	5. Відповідальні закупівлі
6. Спільнота	6. Чесна торгівля
	7. Цілі сталого розвитку (ЦСР) ООН, які ще називають «Глобальними цілями» – це загальний заклик до дій, спрямованих на те, щоб покінчити з бідністю, захистити планету і забезпечити мир і процвітання для всі людей у світі
Довкілля, соціальна сфера та управління (ESG): Інтегрована оцінка, управління та звітність, загрози та ризики, прозорість, управління даними	

Джерело: власна розробка автора.

У час пандемії, яка вперше за всі часи вразила абсолютно весь світ, багато компаній попали в складну ситуацію, тому, настав час звернути увагу на нефінансові рішення для зміцнення імунітету бізнесу. Одним із них є ESG. ESG (Environmental, Social and Governance) довкілля, соціальна сфера та управління. CSR або корпоративна соціальна відповідальність у поєднанні зі сталим розвитком і формують ESG (табл. 2).

Спрогнозуємо можливий вплив Covid-19 на довкілля, соціальну сферу та управління під час пандемії, через 3—6 місяців, через 12 міс і більше. У таблиці 3 згруповано можливі зміни ESC під час пандемії, а також короткострокові (до 1 року) та довгострокові перспективи (більше 1 року).

Таблиця 3. Зміни ESC, спричинені пандемією

ESC	У часи CV-19	Через 3-6 місяців після CV-19	Через рік та більше
Довкілля	**Забезпечення зниження витрат та управління ризиками:** - енергоаудити; - рішення з умов праці: світлодіоди, теплоізоляція, оптимізація матеріальних ресурсів, перегляд витрат на утилізацію відходів; - процедури ризику в умовах офісу	**Новий стандарт адаптації:** - огляд та інтеграція ризику і висновків COVID-19; - огляд можливостей інвестування в енергоресурси, управління вуглецем і відходами; - відновлення режиму роботи з офісу та/або продовження роботи дистанційно	**Перспективи на майбутнє:** - згадати про вимоги стійкості і параметри розвитку, цілі сталого розвитку; - обговорити з зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) всі нові процедури оцінки ризиків COVID-19; - повна інтеграція екологічних ризиків в корпоративний реєстр ризиків
Соціальна сфера	**Здоров'я та благополуччя працівника понад усе:** - протоколи зв'язку; - програми підтримки співробітників; - зв'язок із зацікавленими сторонами і ланцюгами поставок; - проєкт повернення роботи в офіс - громадська підтримка	**Новий стандарт адаптації:** - огляд і інтеграція ризиків і висновків COVID-19; - відстеження змін; - оцінка процедур і протоколів зв'язку	**Перспективи на майбутнє:** - протоколи обміну та вивчення цифрових екосистем; - диференційовані плани по роботі і з відряджень; - повна інтеграція соціальних ризиків корпоративний реєстр ризиків
Управління	**Відповідність та чуйність:** - прогалини в управлінні, виявлення ризиків COVID-19 (екологічні, фізичні, юридичні, відносні, кібер); - канали зв'язку для інформування та заспокоєння внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін (стейкхолдерів); - практична адаптація	**Новий стандарт адаптації:** - оцінка можливостей, наприклад цифрові рішення; - реєстрація ризику і висновків COVID-19; - регулювання відновлення робочого середовища в офісі і оновлення відповідних протоколів	**Перспективи на майбутнє:** - повна інтеграція ризиків ESG у корпоративний реєстр ризиків; - можливості створення цінності ESG у всьому організаційному ланцюжку

Джерело: розробка автора на основі джерела [1].

Передплатний індекс 21847

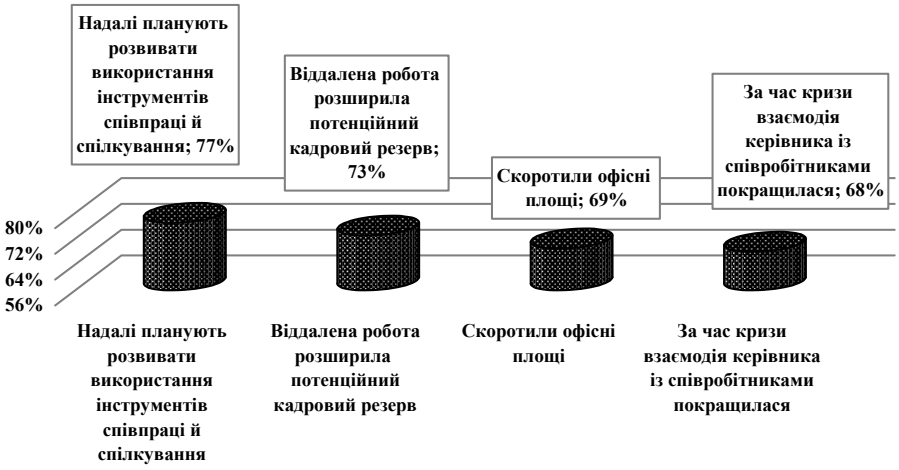

Рис. 1. Керівники підприємств за час кризи, спричиненої пандемією

Джерело: розробка автора на основі джерела [1].

Серед факторів, які впливають на бізнес, можна відмітити такі: здоров'я людини (фізичне та психологічне), дохід, спілкування, постійні витрати, поточна робота, ланцюги постачання, готовність до інновацій та інвестиції.

COVID-19 змусив організації вдатися до радикальних експериментів щодо формату роботи. Чимало організацій запустили віддалений режим роботи буквально за одну ніч. З огляду на те, що пандемія трансформує ринок праці, 77% визнають, що й надалі розвиватимуть використовувані нині інструменти цифрової співпраці й комунікації, а 73% переконані, що віддалена робота фактично розширила доступний їм кадровий резерв (рис. 1).

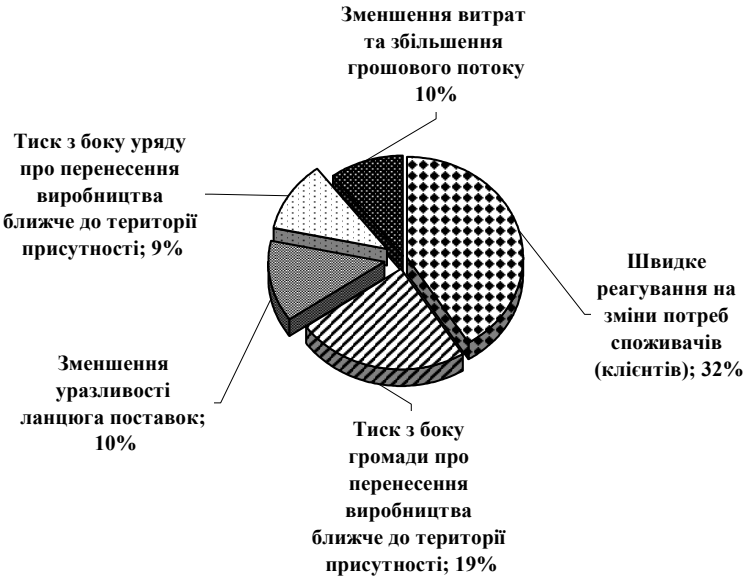

Рис. 2. Проблеми, через які керівники переглядають ланцюги поставок

Джерело: власна розробка з використанням даних джерела [1].

Якщо говорити про майбутню операційну модель, слід зазначити, що ланцюжки поставок також сильно постраждали: 67% опитаних визнають, що їм довелося переосмислити їхній міжнародний ланцюжок поставок. Утім, керівники використовують цю можливість, щоб замислитися, як перетворити їхній ланцюжок поставок на конкурентну перевагу в умовах нової реальності. Коли ми запитали керівників, що підштовхує їх переоцінювати ланцюжок поставок, як головну причину вони назвали потребу стати більш гнучкими у відповідь на мінливі потреби клієнтів, а причина урядовий тиск з метою наблизити виробництво до регіону присутності стала другою з кінця (рис. 2).

Слід зазначити, що керівники більш впевнені у перспективах зростання упродовж наступних трьох років, коли йдеться про їхній бізнес, тому що мають більший контроль за важелями, які це визначатимуть. Одним з найважливіших важелів, який вони можуть контролювати, і головний рушій розвитку посилення діджиталізації. Оскільки через потребу у фізичному дистанціюванні торгівля усе активніше ведеться онлайн, компаніям доводиться переосмислювати, чого хочуть клієнти і як це реалізувати.

За даними KPMG, 75% керівників вважають, що пандемія пришвидшила створення безперебійного цифрового обслуговування клієнтів. Причому практично кожен п'ятий (22%) з них стверджує, що прогрес різко пришвидшився, і ми перенеслися на роки вперед (рис. 2).

Багатьом з нас пандемія запам'ятається як визначальний момент для всього покоління. Керівники однозначно налаштовані скористатися уроками пандемії та особистим досвідом, щоб перелаштовувати і ухвалювати зважені рішення.

Як показує рисунок 4, з-поміж тих, хто зазнав особистого впливу наслідків кризи на здоров'я, лише 4% не змінили свого підходу до пандемії. Загалом 55% змінили стратегію реагування цілком або частково. Ще 40%, не змінюючи

Передплатний індекс 21847

стратегії, приділяли більше уваги гуманітарному аспекту пандемії.

ВИСНОВКИ

1. Хоча пандемия надала компаніям можливість продемонструвати, як вони реально можуть змінити ситуацію у суспільстві на краще, разом з тим корпоративна діяльність ніколи раніше не зазнавала настільки суворого контролю. Щоб отримати підтримку й довіру співробітників, клієнтів і громади, керівники повинні продемонструвати, що призначення їхніх компаній актуальне, має важливе значення та позитивний вплив. Для декого це означатиме перехід від загальних формулювань до більш конкретних і вимірюваних підходів. Уважне вивчення думок стейкхолдерів і заохочення їх до діалогу стане важливим елементом у справі внесення коректівів і досягнення компромісів, що є необхідною умовою для задоволення потреб усіх зацікавлених сторін. Пандемія продемонструвала силу призначення компаній. Утім, для досягнення успіху його необхідно вбудувати в структуру організації. І керівник повинен перебувати на передовій, щоб переконатися, що це справді працює.

2. З урахуванням того, що майбутнє галузей визначається цифровим прискоренням, організації потребують глибокого розуміння того, як зміниться поведінка споживачів і як задовольняти все нові й нові потреби. Аналіз на основі даних і моделювання сценаріїв матимуть вирішальне значення для розуміння того, які важливі зміни можуть відбутися. До пандемії основною проблемою у питанні цифрової трансформації для багатьох організацій була завантаженість та складність застарілих ІТ-систем і тривала боротьба за ефективне управління даними. Зазначені проблеми нікуди не зникли, і організаціям доведеться зосередитися на трансформації ІТ, долаючи розрізненість через хмарні сервіси й гнучкі технології. Настав час для компаній замислитися про людські ресурси і розбудувати надійне підгрунтя цифрових навичок.

3. Лідерам потрібно дбати, щоб не відступитися від досягнутих внаслідок пандемії успіхів у вирішенні кліматичних проблем, і натомість закладати основи стійкої, зеленої економіки майбутнього. Компанії можуть винести уроки з того, наскільки стійкими (або ні) виявилися їхні операційні моделі в умовах кризи, щоб зрозуміти, які зі сфер потрібують зміцнення для протистояння екологічним і кліматичним випробуванням. Оскільки споживачі все більше орієнтуються на бренди, що мають призначення, та чиї товари та послуги відповідають цілям сталого розвитку, ком-

Рис. 3. Посилення цифрового зростання: діджиталізації

Джерело: власна розробка автора з використанням даних джерела [1].

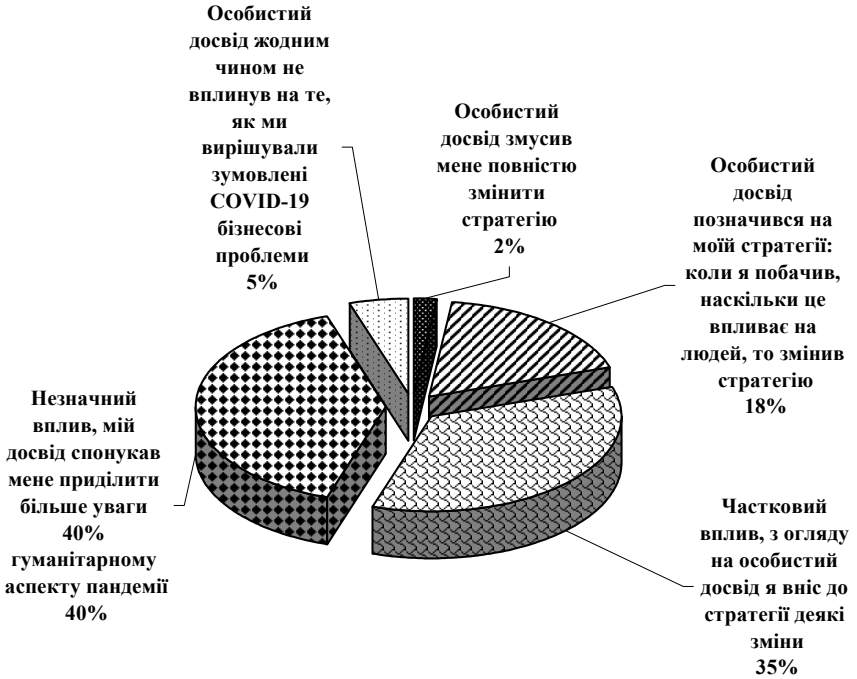

Рис. 4. Як керівники змінили стратегію діяльності підприємства після хвороби близьких людей на COVID-19

Джерело: розроблено на основі даних джерела [1].

Передплатний індекс 21847

панії адаптують свої портфелі продукції й послуг, щоб задовольняти зазначені потреби. Водночас інвестори все більше уваги звертають на ESG показники компаній, фокусуючись "Е" складовій кліматичних ризиках. Пандемія стала серйозною кризою з величезними гуманітарними наслідками, але це також час, коли стійкі й соціально відповідальні компанії замислилися над своїм призначенням. Організації, які розробляють надійні програми звітності ESG, паралельно зі стійкими і гнучкими ланцюжками поставок і стратегією щодо людського капіталу, яка фокусується на людях і навичках, необхідних для швидкого і віртуального майбутнього, матимуть хороші можливості.

4. У часи значної невизначеності, коли майбутнє незрозуміле, керівникам доводиться ухвалювати важливі рішення з довготерміновими наслідками. Їм доводиться робити все можливе для захисту своїх працівників, і разом з тим стикатися з серйозним економічним тиском, який потенційно може загрожувати майбутньому їхнього бізнесу. Їм доводиться повністю переглядати підхід до ланцюжка поставок у часи, коли рух транспорту й людей обмежено. З проведеного нами дослідження, так само, як і з розмов з провідним керівниками, стає зрозуміло, що коли вони шукають відповіді на ці питання і прагнуть побудувати успішне постковідне майбутнє, то за концептуальну основу їм слугуватимуть цілі самих компаній. У розпал економічної й гуманітарної кризи вони ставлять на перше місце людей: співробітників, клієнтів і суспільство загалом. Зумовлена COVID-19 криза змінює уявлення про хороше корпоративне лідерство.

5. Зосередивши свою увагу на ESG (екологічних, соціальних і управлінських питаннях), 71% опитаних керівників, заявляє про прагнення й надалі рухатися у напрямку боротьби з кліматичними змінами, що розпочато внаслідок пандемії. Разом з тим, 65% стверджує, що управління кліматичними ризиками визначатиме, чи збережуть вони свої робочі місця упродовж наступних п'яти років. Робота в майбутньому 77% заявляють, що й надалі розбудовуватимуть інструменти цифрової співпраці й комунікації, впроваджені внаслідок пандемії, а 73% переконані, що віддалена робота розширила їхній доступ до кадрового резерву. Клієнтоорієнтований ланцюжок поставок 67% стверджують, що через руйнівний вплив пандемії, а також вмотивовані бажанням гнучкіше реагувати на мінливі потреби клієнтів, вони мали переосмислити підхід до міжнародного ланцюжка поставок.

Література:

1. KPMG 2020 CEO Outlook | Спецвипуск: COVID-19. — Режим доступу: https://home.kpmg/ua/en/home/insights/2020/09/ukraine-ceo-outlook-2020.html (Дата звернення: 10.02.2021 року).

2. Левицька С.О. Соціальна складова підприємницької діяльності як об'єкт обліку. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія: Економіка. 2014. Вип. 26. С. 114—118.

3. Правдюк Н.Л. Соціальні аспекти бухгалтерського обліку. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 12. С. 91—101.

4. Сисоєва І.М. Особливості аудиту облікової політики підприємств. Галицький економічний вісник. 2007. Вип. 4 (15). С. 188—192.

5. Чижевська Л.В. Поява та розвиток соціально орієнтованого обліку. URL: http://www.confcontact. com./2007may/+1_chizhev.php

6. Jesse F. Dillard, (1991) "Accounting as a Critical Social Science", Accounting, Auditing & Accountability Journal. Vol. 4. URL: https://doi.org

7. Hank Robinson. (2011) Social Accounting and I/O Theory — Emsi Rob Sentz. URL: http://www.economicmodeling.com

References:

1. KPMG (2020), "CEO Outlook COVID-19 Special Edition", available at: https://home.kpmg/ua/en/home/insights/2020/09/ukraine-ceo-outlook-2020.html (Accessed 10 Feb 2021).

2. Levytska, S.O. (2014), "The social component of entrepreneurial activity as an object of accounting", Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Seriia: Ekonomika, vol. 26, pp. 114—118.

3. Pravdyuk, N.L. (2017), "Social aspects of accounting", Ekonomika, finansy, menedzhment: Aktualni pytannya nauky y praktiki, vol. 12, pp. 91—101.

4. Sysoieva, I.M. (2007), "Features of the audit of accounting policies of enterprises", Halytskyi ekonomichnyi visnyk, vol. 4 (15), pp. 188—192.

5. Chyzhevska, L.V. (2007), "The emergence and development of socially oriented accounting", available at: http://www. confcontact.com./2007may/+1_chizhev.php (Accessed 10 Feb 2021).

6. Dillard, J.F. (1991), "Accounting as a Critical Social Science", Accounting, Auditing & Accountability Journal, vol. 4, Issue: 1.

7. Robinson, H. (2011), "Social Accounting and I/O Theory — Emsi Rob Sentz", available at: http://www.economicmodeling.com (Accessed 10 Feb 2021).

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021 р.

Передплатний індекс 21847