

УДК 005.096:657

*I. M. Sysoeva,**д. е. н., доцент, професор кафедри економіки обліку та оподаткування, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського національного університету
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0567-1658>**V. V. Roleders,**к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів, страхування та банківської справи, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського національного університету
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6653-6583>**O. B. Pohrishchuk,**к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки обліку та оподаткування, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Західноукраїнського національного університету
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9513-0585>*

DOI: 10.32702/2306-6814.2022.23.19

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ: РЕАЛІЇ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

*I. Sysoeva,**Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics, Accounting and Taxation, Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics of the West Ukrainian National University**V. Roleders,**PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Insurance and Banking, Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics of the West Ukrainian National University**O. Pohrishchuk,**PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Accounting and Taxation, Vinnytsia Educational and Scientific Institute of Economics of the West Ukrainian National University*

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN THE CONDITIONS OF THE FORMATION OF A CIRCULAR ECONOMY: THE REALITIES OF DOING BUSINESS IN THE CONDITIONS OF WAR

У статті досліджено, як компанії працювали та й продовжують працювати в умовах загострення екологічної ситуації, збільшення випадків нерівності та порушення прав людини, і що найстрашніше, в умовах військових дій, що впливає на їхні відносини із суспільством та корпоративну соціальну відповідальність. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні в умовах повномасштабної війни — це єдиний показник того, що підприємство базується на цінностях та переконаннях, що у попередні роки, (під час пандемії) соціальна відповідальність була частиною комунікаційної стратегії компаній, то останні кілька місяців вона стає невід'ємною частиною розвитку і життєстійкості бізнесу. Загострення суспільних та екологічних проблем підкреслює той факт, що всі ми перебуваємо в одному човні. Бізнес, який мислить стратегічно, розуміє: без підтримки, яку зараз потрібно надавати партнерам та суспільству загалом, майбутнього не буде.

Corporate social responsibility is a management concept in which companies integrate social and environmental issues into their business operations and interact with their stakeholders. In today's socially conscious environment, employees and clients attach great importance to work and spend money on enterprises that prioritize corporate social responsibility.

The aim of the study is to determine the main aspects of social responsibility of business in the conditions of sustainable development, pandemic and martial law.

The idea of corporate social responsibility took on a complete form several decades ago, when at the World Economic Forum in Davos, UN Secretary-General Kofi Anon appealed to the leaders of the world's largest companies to join an international initiative — the Global Compact, within which conditions are created for business cooperation with UN agencies, trade unions, non-governmental organizations for the implementation of the general principles of social equality and environmental protection. Based on the advantage of joint actions, the Global Compact defines the task of developing the principles of social responsibility of business, ensuring its participation in solving the most acute problems of globalization. Thus, private business, joining the contract in cooperation with other social partners, will be able to contribute to the implementation of the idea of forming a sustainable and open global economy.

Social responsibility of business in Ukraine in a full-scale war is the only indicator that the company is based on values and beliefs that in previous years (during the pandemic) social responsibility was part of the communication strategy of companies, then the last few months it has become an integral part of the development and resilience of business. The aggravation of social and environmental problems is underlined by the fact that we are all in the same boat. A business that thinks strategically understands that without the support that must now be provided to partners and society as a whole, there will be no future. The emergence of new vacancies in March shows that after the shutdown of activities, businesses of various sizes and industries have undergone a process of adaptation to new conditions and resume work. Nevertheless, one should not take this as a full-fledged revival of the labor market. The priority direction of the business is the preservation of staff and the support of its employees.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, глобальна економіка, циркулярна економіка, Глобальний договір, воєнний стан, соціальний аудит, екологічний контроль.

Key words: social responsibility of business, global economy, circular economy, Global Compact, martial law, social audit, environmental control.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Соціальна відповідальність в умовах формування концепції збалансованої господарської діяльності — це поширення практики соціальної відповідальності в системі менеджменту на сучасному етапі трансформації економіки. У процесі формування теоретичних та практичних підходів становлення сталого національного розвитку інтеграція універсальних принципів, що стосуються прав людини та її трудових позицій, а також стандартів охорони довкілля є актуальною та своєчасною. Особливо, в умовах війни.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Фундамент наукового менеджменту закладений у працях П. Дракера, Г. Саймона, А. Етціоні, Л. Берта-ланфі, Р. Майлза, Дж. Армстронга, К. Гріна та ін. [6; 10; 2-6]. Їхні роботи послужили вихідною точкою для практичних розробок у сфері "гуманізації праці" і нових форм організації соціального управління, а також стали основою спеціальної управлінської функції, названої управління персоналом чи (що більш правильно) управління людськими ресурсами.

Проблема реалізації соціальної відповідальності на різних рівнях з використанням організаційно-економі-

чного та організаційного інструментарію залишається в Україні недостатньо розробленою: потребує подальших досліджень методологія ведення соціального обліку та практичне її застосування (зокрема, створення загальнодержавних форм звітності, які опосередковані або прямо будуть відображати реалізацію соціальних програм підприємства).

Соціальну функцію підприємництва (зазвичай в обороті використовують такі категорії як "соціальна відповідальність бізнесу", "корпоративна соціальна відповідальність") оцінюють за допомогою соціального аудиту.

У наукових дослідженнях доктора соціальних наук О. В. Мазурика подальший розвиток соціального аудиту в Україні представлено через визначення соціальних контекстів. Першим таким перспективним контекстом є соціальна відповідальність. Національна модель соціального аудиту повинна спиратися на наявні практики соціальної відповідальності, які, у свою чергу, мають бути широко інтегровані в діяльність вітчизняних компаній та державних структур, що відповідають за дотримання життєвих стандартів населення. Другим за важливістю контекстом розгортання соціального аудиту є соціальне партнерство. Усі учасники соціально-партнерської угоди повинні соціалізувати ринок праці:

Таблиця 1. Екологічні, соціальні та економічні питання (ESG)

PSR–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 всіх людей у світі.
Довкілля, соціальна сфера та управління (ESG): Інтегрована оцінка, управління та звітність, загрози та ризики, прозорість, управління даними.	

Джерело: власна розробка авторів.

підприємці мають підвищити рівень соціального забезпечення своїх працівників, профспілки — удосконалити зміст трудових угод між роботодавцями та найманими працівниками в частині соціальних гарантій; держава — створити механізм заохочення сторін до вирішення соціально-трудових проблем методами соціального партнерства [13; 14; 15]. Отже, соціальний аудит здатний надати соціальним партнерам на підприємстві, органам влади, професійним об'єднанням об'єктивну інформацію, сформовану в результаті обстеження реального стану справ на підприємстві. Соціальний аудит, який виконується за міжнародними стандартами, формує впевненість, що компанія працює добре; його результати дозволяють виявити недоліки та скоригувати діяльність компанії, а це сприятиме досягненню більшого економічного ефекту.

Методологічною базою соціального аудиту слугують основні положення теорії соціоекономіки, розробленої американським науковцем і суспільним діячем А. Етціоні на основі філософії комунітаризму [6, с. 600]. На відміну від інших різновидів аудиту, практичне спрямування соціального аудиту переважно виражається в діагностиці стану соціальних відносин на мікрорівні, управлінні соціальним капіталом і відповідності внутрішніх правил обов'язковим умовам трудового законодавства.

Щодо процесу формування сучасної концепції соціального аудиту, цілком справедливо зазначити, що це і є саме той випадок, коли, незважаючи на позитивне значення для концепції людського розвитку попередніх теорій, основним "постачальником" нових ідей є саме життя, повсякденна практика суспільного розвитку. Заслугує на окрему увагу й "теорія соціальної спрямованості", одним з авторів якої є А. Етціоні. Він трактував "мобілізаційні сили колективів і суспільств як основне джерело їх власних перетворень і трансформацій їхніх відносин з іншими соціальними одиницями" [6, с. 393]. У рамках цієї теорії порушено питання про те, як той або інший суб'єкт спрямовує процес і змінює структуру або межі соціального цілого [6, с. 78]. Дійсним суб'єктом соціальної самотрансформації А. Етціоні назвав колективи різних типів.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є визначення основних аспектів соціальної відповідальності бізнесу в умовах сталого розвитку, пандемії та воєнного стану.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення цих цілей суб'єкти господарювання повинні враховувати необхідність одержання оперативної та достовірної інформації про вплив підприємства на різні сторони життя суспільства. Це обумовлює необхідність переформатування інформаційного забезпечення оцінки результативності не тільки виконання економічних показників, а й показників соціального розвитку трудових ресурсів.

Спочатку під 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 (таблиця 1).

Екологічні проблеми України загалом не відрізняються від відомих світових проблем: зміна клімату, зокрема ослаблення озонового рівня; забруднення атмосфери з утворенням кислотних опадів і отруйних речовин; забруднення вод (морів та річок) важкими металами і хімічними сполуками; виснаження і забруднення поверхневих вод і ґрунту; скорочення площі лісів; зниження здатності природного середовища до самоочищення і самовідновлення; утворення збудників нових захворювань рослин, тварин і людини. В останні десятиріччя спостерігається погіршення стану навколишнього середовища, що відчутно негативно впливає на якість життя населення, лімітує можливості економічного і соціального розвитку крупних промислових регіонів та міст. Більше 80% ресурсів, що видобуваються, спрямовуються на підтримку ресурсовидобувних та ресурсомістких обробних виробництв. Виплавка 1 тонни сталі "з'їдає" до 20 т первинних ресурсів. Більше 75% відходів виробництва мають певний



Рис. 1. Соціальна відповідальність бізнесу під час війни

Джерело: розроблено авторами на основі [17].

ступінь токсичності для навколишнього середовища і здоров'я людини. Марнотратний та деструктивний характер природокористування постійно породжує нові та все більш гострі екологічні проблеми, що свідчить про кризовий стан нинішньої державної політики природокористування.

З метою охорони навколишнього природного середовища в Україні повинна здійснюватися екологічна політика, спрямована на збереження безпечного для існування живої і неживої природи навколишнього середовища; захист життя та здоров'я населення від негативного впливу, зумовленого забрудненням довкілля; досягнення гармонійної взаємодії суспільства і природи; охорону, раціональне використання й відтворення природних ресурсів. Одним із шляхів вирішення екологічних проблем країни є дієвий громадський контроль за додержанням вимог законодавства про охорону навколишнього природного середовища, що здійснюється, зокрема, громадськими екологічними та природоохоронними організаціями.

Громадський екологічний контроль здійснюється з метою реалізації права кожного на сприятливе навколишнє середовище і запобігання порушення законодавства в галузі охорони навколишнього середовища.

Метою громадського екологічного контролю є забезпечення безпечного стану навколишнього природного середовища. Цей вид діяльності врегульований правовими нормами щодо перевірки дотримання державними органами, органами місцевого самоврядування, фізичними і юридичними особами вимог природоохоронного законодавства.

Об'єктом громадського екологічного контролю є дії та бездіяльність підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, державних органів, посадових осіб, а також громадян, які впливають або можуть вплинути в майбутньому на стан навколишнього природного середовища [12].

Суб'єктом громадського екологічного контролю є, насамперед, громадські інспектори з охорони дов-

кілля, громадські організації, окремі громадяни чи їх групи, зацікавлені в забезпеченні безпечного та якісного стану навколишнього природного середовища.

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула закінченого вигляду декілька десятків років тому, коли на всесвітньому економічному форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Анон звернувся до лідерів найбільших компаній світу із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи — Глобального договору [16], в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля.

Спираючись на перевагу спільних дій, у Глобальному договорі визначено завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найбільш гострих проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору в співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки. Глобальний договір є системою стосунків у формі мережі, організованої на базі Бюро Глобального договору і шести установ ООН і всіх учасників, що приєдналися, включивши його принципи в свою стратегію розвитку і практичної діяльності [15; 16].

Надзвичайно важливою є соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни.

YOUkraina соціальний проєкт, ініційований дослідницькою компанією Factum Group Ukraine [17]. Моніторинг з наданням достовірної статистичної інформації щодо настроїв українців. Вибірка становить 494 інтерв'ю з максимальною статистичною похибкою не більше 5%. Цільова аудиторія: міське населення України 18—55 років (інтернет-користувачі, міста з населенням 50тис+). Дата проведення опитування 15—18 квітня 2022 року.

Таблиця 2. Збереження робочих місць роботодавцями, 2022 рік

Розмір п-ства	Від 1 до 10 працівників, у %	Від 10 до 50 працівників, у %	Від 50 до 100 працівників, у %	Від 100 до 500 працівників, у %	Від 500 і більше працівників, у %
Так	14	17	11	23	35
Ні	28,5	17,8	15,4	16,3	22
Залежно від регіону	13,6	9,1	45,5		31,8

Джерело: розроблено на основі джерела [18].

Допомога від звичайних українців — найчастіше згадуваний ресурс допомоги країні (88%). Також на вустах допомога від: українських волонтерських організацій (82%), іноземців (76%), іноземних та українсько-го урядів (74% та 73% відповідно).

Найбільш поміченою лишається допомога від українських компаній, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку (46%). Далі згадують про допомогу від: виробництва продуктів харчування / харч. промисловості (38%), логістики та доставки (34%), банківської сфери / фінансів (32%), компаній ІТ сектору (28%).

Компанії працювали та й продовжують працювати в умовах загострення екологічної ситуації, збільшення випадків нерівності та порушення прав людини, і що найстрашніше, в умовах військових дій, що впливає на їхні відносини із суспільством та корпоративну соціальну відповідальність. Якщо у попередні роки соціальна

відповідальність була частиною комунікаційної стратегії компанії, то останні кілька місяців вона стає невід'ємною частиною розвитку і життєстійкості бізнесу. Суспільні та екологічні проблеми підкреслили той факт, що всі ми перебуваємо в одному човні. Бізнес, який мислить стратегічно, розуміє: без підтримки, яку зараз потрібно надавати партнерам та суспільству загалом, майбутнього не буде.

Поява нових вакансій у березні показує те, що після зупинки діяльності бізнес різного розміру та галузей пройшов процес адаптації до нових умов та відновлює роботу. Проте не варто сприймати це як повноцінне поживлення ринку праці. Пріоритетним напрямком бізнесу є збереження персоналу та підтримка своїх співробітників. Проте, 81,3% компаній відповіли, що зараз не здійснюють найм нових співробітників. Ще 3% зазначили, що шукають персонал лише в тих регіонах, де працює бізнес, а саме у західних регіонах України. Мікро-

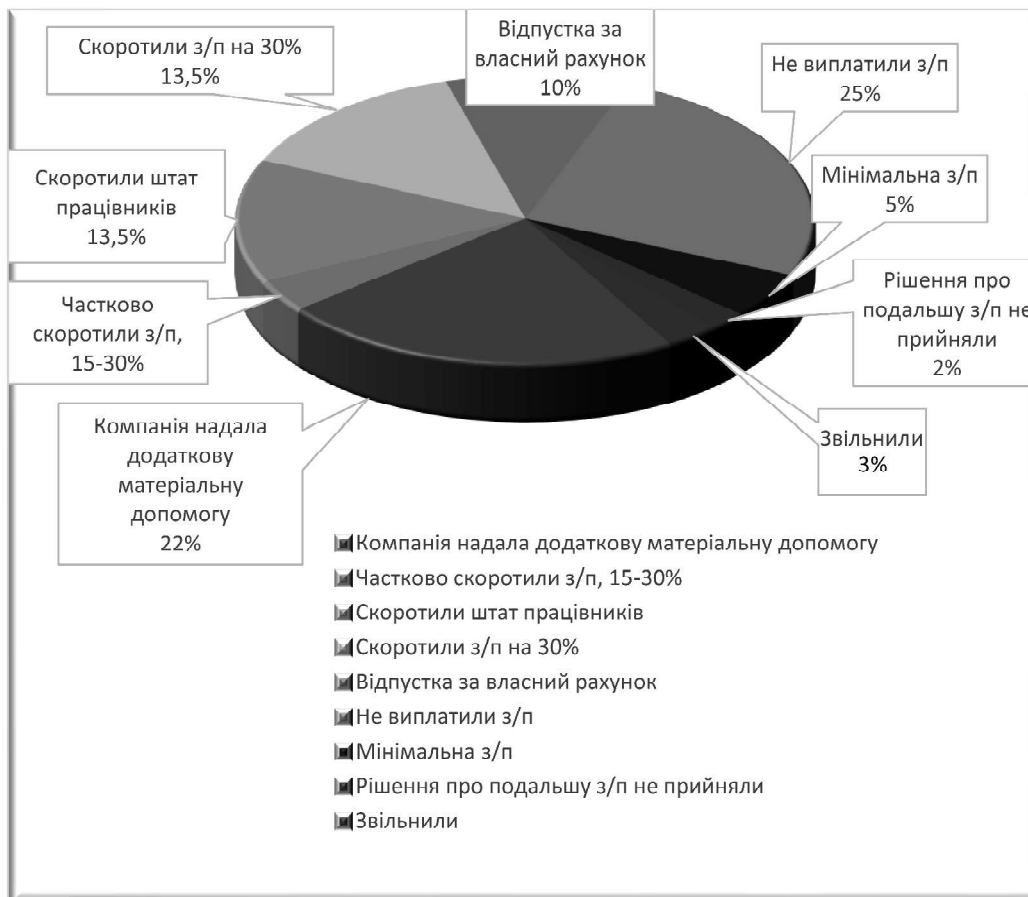


Рис. 2. Соціальна відповідальність бізнесу в частині збереження заробітних плат, 2022 рік

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [18].

та малий бізнес постраждав від воєнної кризи найбільше. Майже половину з тих, хто повністю припинив свою роботу, складають представники цієї категорії бізнесу — компанії до 10 осіб (28,5%) та компанії з кількістю працівників від 10 до 50 осіб (17,8%). Великий бізнес (компанії більше 500 осіб) складають значну частку тих, хто працює в повному обсязі попри війну в Україні (35%) та працюють частково в залежності від регіону (31,8%) (таблиця 2).

Компанії, навіть у скрутні часи війни, намагаються підтримувати своїх співробітників. Найбільш поширеною тенденцією є релокейт (переїзд) сімей співробітників у безпечні регіони України. Про такий вид підтримки повідомили 14,8% опитаних компаній. 20% компаній виплатили одноразову фінансову допомогу до заробітної плати. 14% виплатили всю заробітну плату, незважаючи на відсутність роботи, а 12,3% релокували сім'ї співробітників у інші країни.

Проте є значна частка тих компаній, які залишили своїх співробітників на призволяще та не запропонували жодної підтримки та допомоги (30%). По 1% опитаних зазначили, що відбулися найнегативніші наслідки війни, — відправили співробітників у відпустку за власний рахунок, скоротили заробітну плату або взагалі звільнили співробітників [18].

Серед тих компаній, які допомагали релокуватися сім'ям своїх співробітників, найбільше обрали Польщу, Румунію та Чехію. Ще частина компаній сприяла перевезенню родин своїх співробітників у Німеччину, Францію, Туреччину та Болгарію. І зовсім незначна частка з тих компаній, хто відповів, що відбулось перевезення сімей співробітників, зазначили Канаду, Голландію, Іспанію та Словаччину.

Не лишається український бізнес осторонь від підтримки Збройним Силам України та волонтерському руху. Майже кожна четверта опитана компанія (23,2%) виділила кошти на ЗСУ. З них, 32% компаній підтримує волонтерські ініціативи в країні. Ще 17% компаній організують збір коштів та гуманітарної допомоги.

Кризи на ринку праці позначаються перш за все на зарплатах працівників. Наприклад, у 2014 році, у рік військової ескалації РФ на Донеччині та Луганщині, 14% компаній на всій території України скоротили щомісячні виплати своїм співробітникам, а майже третина компаній (28%) намагалася утримувати зарплату у гривні у той час, коли відбулася девальвація та знецінення національної валюти. У кризовий пандемічний рік 35,2% компаній озвучували готовність зменшувати розмір зарплати.

Цьогорічна криза на ринку праці, спричинена війною РФ проти України, найсильніше позначилася на зарплатах українців. Відповідно до даних, були отримані в результаті бліц-опитування, проведеного кадровим порталом grc.ua у березні 2022 року, в якому взяли участь 311 компаній осіб з різних галузей та регіонів України, лише 22% компаній зберегли розмір зарплати довоєнних часів та ще й надали додаткову матеріальну допомогу. Інші опитані компанії або скоротили заробітні плати, або вдалися до інших непопулярних заходів [18].

Усі заходи, які може здійснити громадянин за сучасних умов, можна розділити на чотири напрями:

1. Заощадження ресурсів: води, газу, тепла тощо. Для цього потрібно просто відкоригувати побутові звички та здійснити прості заходи, наприклад, налагодити крани та встановити тепловідбивні екрани за радіаторами.

2. Утеплення приміщення. Наприклад, заміна чи заклеювання вікон, проведення теплоізоляції даху, модернізація системи вентиляції тощо.

3. Встановлення приладів обліку. Це дозволить платити лише за спожиті ресурси.

4. Перехід на більш сучасні, енергозберігаючі та альтернативні джерела енергії та системи комунікацій. Наприклад, заміна газового котла твердопаливним за допомогою програми державного кредитування, і встановлення вітрогенераторів.

ВИСНОВКИ

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні в умовах повномасштабної війни — це єдиний показник того, що підприємство базується на цінностях та переконаннях, що у попередні роки, (під час пандемії) соціальна відповідальність була частиною комунікаційної стратегії компанії, то останні кілька місяців вона стає невід'ємною частиною розвитку і життєстійкості бізнесу. Загострення суспільних та екологічних проблем підкреслює той факт, що всі ми перебуваємо в одному човні. Бізнес, який мислить стратегічно, розуміє: без підтримки, яку зараз потрібно надавати партнерам та суспільству загалом, майбутнього не буде.

Література:

1. Al-Shaer H and Zaman M 2018 Credibility of sustainability reports: the contribution of audit committees Business Strategy and the Environment 27 973-86.
2. Buble M., Juras A., Matic I. 2014. The relationship between managers' leadership styles and motivation. Management, 19, 161—193.
3. Corporate sustainability reporting. EU rules require large companies to publish regular reports on the social and environmental impacts of their activities.
4. Decoene V., Bruggeman W. 2006. Strategic alignment and middle-level managers' motivation in a balanced scorecard setting. International Journal of Operations & Production Management, 26 (4), 429—448. <https://doi.org/10.1108/01443570610650576>.
5. Delmar F., Wiklund J. 2008. The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: a longitudinal study. Entrepreneurship Theory and Practice, 32 (3), 43—457. Eurostat. (n./d.). European statistics. Available at <https://ec.europa.eu/eurostat/>
6. Etzioni A. The active society: A theory of societal and political processes. London: Collier-Macmillan, 1968. 698 p.
7. Gillan S.L., Hartzell J.C., Koch A., Starks L.T. 2010. Firms' environmental, social and governance (esg) choices, performance and managerial motivation. Unpublished working paper.
8. Ke W., Tan C.H., Choon-Ling S., Kwok-Kee W. 2012. Inducing intrinsic motivation to explore the enterprise system: the supremacy of organizational levers. Journal of Management Information Systems, 29 (3), 257—290. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290308>.

9. Maslen S., Hopkins A. 2014. Do incentives work? A qualitative study of managers' motivations in hazardous industries. *Safety Science*, 70, 419—428. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2014.07.008>.
 Rusetski, A. 2011. Getting proactive: cultural and procedural drivers of managerial motivation to act. *Journal of Business & Economics Research*, 9 (1), 111—120.

10. Paglis L.L., Green S.G. 2002. Leadership self-efficacy and managers' motivation for leading change. *Journal of Organizational Behavior*, 23 (2), 215—235. <https://doi.org/10.1002/job.137>.
 Li, Q. 2015. The discussion of theory review and practice on enterprise executives incentive. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 3 (1), 51—55. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2015.31008>.

11. Schmid Mast M., Hall J.A., Schmid P.C. 2010. Wanting to be boss and wanting to be subordinate: effects on performance motivation. *Journal of Applied Social Psychology*, 40 (2), 458—472. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00582.x>.

12. Sysoieva I., Zagorodniy A., Pylypenko L., Tomilin O., Balaziuk O. and Pohrishchuk O. 2021, Analysis of potential risks of audit of agricultural enterprises *Agricultural and Resource Economics* 7 (1) 164—191.

13. Sysoieva I., Khytrova O., Dolha H., Peniuk V., Motuzenko O. (2020). "Ensuring the growth of enterprises and organizations through the motivation of managerial staff". *International Journal of Economics and Business Administration*, 8 (2), pp. 219—228. Available: <https://DOI:10.35808/ijeba/454>

14. Sysoieva I., Pukas A., Pushkar Z., Radynskyy S., Yushchenko N., Vatslavskiy N. 2022 Information Support of Social Audit. ACIT'2022 Spisski Kapitula Slovakia 26—28 September 2022 pp. 255—261.

15. Website of GRI Standards. <https://www.global-reporting.org/standards>

16. Wziatek-Stasko, A. 2016. The extent of managers' motivation as a determinant of leadership quality. *Economics and Management*, 8 (1), 37—46. <https://doi.org/10.1515/emj-2016-0004>

17. Електронний ресурс/ <http://www.factum-ua.com/>

18. Електронний ресурс <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini>

References:

1. Al-Shaer, H. and Zaman, M. (2018), "Credibility of sustainability reports: the contribution of audit committees", *Business Strategy and the Environment*, vol. 27, pp. 973-86.

2. Buble, M., Juras, A. and Matic, I. (2014), "The relationship between managers' leadership styles and motivation", *Management*, vol. 19, pp. 161—193.

3. European Commission website (2022), "Corporate sustainability reporting. EU rules require large companies to publish regular reports on the social and environmental impacts of their activities", available at: https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en (Accessed 20 Nov 2022).

4. Decoene, V. and Bruggeman, W. (2006), "Strategic alignment and middle-level managers' motivation in a balanced scorecard setting", *International Journal of Operations & Production Management*, vol. 26 (4), pp. 429—448. <https://doi.org/10.1108/01443570610650576>.

5. Delmar, F. and Wiklund, J. (2008), "The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: a longitudinal study", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 32 (3), pp. 437—457.

6. Etzioni, A. (1968), *The active society: A theory of societal and political processes*, Collier-Macmillan, London, UK.

7. Gillan, S.L., Hartzell, J.C., Koch, A. and Starks, L.T. (2010), "Firms' environmental, social and governance (esg) choices, performance and managerial motivation", Unpublished working paper.

8. Ke, W., Tan, C.H., Choon-Ling, S. and Kwok-Kee, W. (2012), "Inducing intrinsic motivation to explore the enterprise system: the supremacy of organizational levers", *Journal of Management Information Systems*, vol. 29(3), pp. 257—290. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222290308>.

9. Maslen, S. and Hopkins, A. (2014), "Do incentives work? A qualitative study of managers' motivations in hazardous industries", *Safety Science*, vol. 70, pp. 419—428. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2014.07.008>.

10. Paglis, L.L. and Green, S.G. (2002), "Leadership self-efficacy and managers' motivation for leading change", *Journal of Organizational Behavior*, vol. 23 (2), pp. 215—235. <https://doi.org/10.1002/job.137>.

11. Schmid Mast, M., Hall, J.A. and Schmid, P.C. (2010), "Wanting to be boss and wanting to be subordinate: effects on performance motivation", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 40 (2), pp. 458—472. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00582.x>.

12. Sysoieva, I., Zagorodniy, A., Pylypenko, L., Tomilin, O., Balaziuk, O. and Pohrishchuk, O. (2021), "Analysis of potential risks of audit of agricultural enterprises", *Agricultural and Resource Economics*, vol. 7 (1), pp. 164—191.

13. Sysoieva, I., Khytrova, O., Dolha, H., Peniuk, V. and Motuzenko, O. (2020), "Ensuring the growth of enterprises and organizations through the motivation of managerial staff", *International Journal of Economics and Business Administration*, vol. 8 (2), pp. 219—228. <https://DOI:10.35808/ijeba/454>

14. Sysoieva, I., Pukas, A., Pushkar, Z., Radynskyy, S., Yushchenko, N. and Vatslavskiy, N. (2022), "Information Support of Social Audit", ACIT'2022, Spisski Kapitula, Slovakia, 26—28 September, pp. 255—261.

15. Website of GRI Standards. <https://www.global-reporting.org/standards>

16. Wziatek-Stasko, A. (2016), "The extent of managers' motivation as a determinant of leadership quality", *Economics and Management*, vol. 8 (1), pp. 37—46. <https://doi.org/10.1515/emj-2016-0004>

17. Factum-ua (2022), available at: <http://www.factum-ua.com/> (Accessed 20 Nov 2022).

18. CASES (2022), available at: <https://cases.media/en/news/socialna-vidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini> (Accessed 20 Nov 2022).

Стаття надійшла до редакції 04.12.2022 р.