

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 316.351.330

DOI: <https://doi.org/10.46644/2708-1834/2022-05.1>

Гриценко Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри транспортних систем та логістики
Український державний університет залізничного транспорту

Hrytsenko Natalia

Ukrainian State University of Railway Transport

СОЦІАЛЬНИЙ АУДИТ З УРАХУВАННЯМ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

SOCIAL AUDIT TAKING INTO ACCOUNT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Соціальна аудиторська діяльність, включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок (аудит) та надання інших аудиторських послуг. Соціальний аудит є комплекс заходів, спрямованих на зміну та покращення процесу надання конкретних послуг та реалізації конкретної публічної політики. Головним в соціальному аудиті є не саме дослідження (хоча це не скасовує необхідність його чіткого та методично правильного планування), а залучення зацікавлених сторін до активної діяльності: користувачів послуги, бенефіціарів політики, державних органів, лідерів громадської думки тощо. Можна навіть сказати, що дослідження в межах соціального аудиту є таким собі «приводом» активізації певної громади.

Ключові слова: соціальний аудит, корпоративна соціальна відповідальність, життєвий цикл корпоративної соціальної звітності, верифікація, аудит, соціальна відповідальність.

Social auditing activities include organizational and methodological support of the audit, practical implementation of audits (audit) and the provision of other audit services. Social audit is a set of measures aimed at changing and improving the process of providing specific services and implementing specific public policies. The main thing in social audit is not the research itself (although this does not eliminate the need for its clear and methodologically correct planning), but the involvement of stakeholders in active activities: service users, policy beneficiaries, government agencies, public opinion leaders and more. We can even say that research within the social audit is a kind of "occasion" for the activation of a community. Social programs help build an image and enhance the reputation of the business and, thus, are long-term investments in intangible assets of the company. In Ukraine, the increased interest of private business in social relations is due to the fact that today human resources have become a decisive factor in economic development. Investments in human capital have entered the category of "profitable". The social function of entrepreneurship is now increasingly determining the economic function (profit). This article examines the main problem of measuring corporate social activity of the enterprise. Corporate social activity is a multifaceted process that affects many actors and is therefore difficult to assess. In addition, companies differ in type of activity, industry affiliation, size, etc. The choice of how to measure corporate social activity plays a key role in researching its relationship to financial performance. In reality, falling incomes and social responsibility of corporations plays an important role in marginalizing a large part of Ukraine's population. Highest The

level of internal social responsibility of Ukrainian enterprises, in particular, is observed among large companies, as they are under close scrutiny. Media and stakeholders. In the context of exacerbation of socio-economic and political problems, the topic of social responsibility of enterprises is now a topical issue of management and social development in Ukraine.

Key words: social audit, corporate social responsibility, life cycle of corporate social reporting, verification, audit, social responsibility.

Постановка проблеми. Аудит є важливою складовою у системі економічного контролю в Україні. Економічні трансформації у державі вимагають від суб'єктів господарювання прийняття своєчасних та правильних управлінських рішень. Розвиток соціального аудиту в Україні є досить нерозвиненим та проблемним. Фахівці, які займаються аудиторством, стикаються з рядом проблем у цьому напрямку, насамперед це сам процес аудиту і ефективне управління ним з урахуванням корпоративної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій виявив вагомі фахові роботи, які присвячені проблемним питанням розвитку соціального аудиту з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності. Серед таких авторів можна виокремити Бондар М.І., Емельянова Ю.О., Ляховенко Т.В., Калінська Т.А., Кравченко В.В., Кирьянова Н.М., Колбасов І.В., Шевчук О.А. Зазначені автори детально описали основні завдання, проблеми та напрями подальшого розвитку аудиторської діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Виходячи з аналізу існуючих досліджень, у цьому напрямку ще є невирішені теоретичні та практичні питання соціального аудиту щодо виміру корпоративної соціальної діяльності в Україні, якому присвячена дана стаття. По-перше, необхідно дослідити основні поняття, такі як «аудит», «верифікація», та визначити їх цілі та завдання. По-друге, розглянути які саме ефекти від соціально-відповідальної поведінки будуть мати підприємства. Також, необхідно розглянути, яким чином соціальна відповідальність впливає на фінансові показники компанії. Теоретично розглянути процес залежності

зростання вільного грошового потоку та середньої вартості капіталу від соціальної відповідальної поведінки.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є теоретичне вивчення ефектів від соціальної відповідальної поведінки підприємства та вплив її на фінансові показники підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впродовж останніх років в державі спостерігаються деякі тенденції змін певного характеру в аудиторській діяльності.

Життєвий цикл корпоративної соціальної звітності включає її складання, яке є тривалим та дорогим процесом, що вимагає залучення висококваліфікованих виконавців. Неодмінний супутник роботи над соціальною звітністю – її оцінка та завірення (верифікація) незалежним аудитом.

Поняття «верифікація» та «аудит» за своїм змістом практично збігаються. У Міждержавному стандарті України, Закон «Про стандартизацію» від 05.06.2014 N 1315-VII ці терміни визначаються таким чином [1]:

– верифікація (verification) – підтвердження у вигляді об'єктивних свідчень того, що встановлені вимоги було виконано;

– аудит (перевірка) (audit) – систематичний, незалежний та документований процес отримання свідочств аудиту та об'єктивного їх оцінювання з метою встановлення ступеня виконання узгоджених критеріїв аудиту.

Відповідно до Закону України від 21.12.2017 № 2258-VIII «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» під аудитом також розуміється незалежна перевірка бухгалтерської (фінансової) звітності особи, яка аудується, з метою вираження думки про достовірність такої звітності. Проведення аудиту та надання супутніх аудиту послуг здійснюється ауди-

торськими організаціями та індивідуальними аудиторами [2].

Поняття «аудит» може бути поширене на різні види діяльності та розглядатися як «системний процес отримання та оцінки об'єктивних даних про економічні дії та події, що встановлює рівень їх відповідності певному критерію та представляє результати зацікавленим користувачам» [3]. Широко поширені системи аудиту якості, екологічний аудит та ін.

Виділяють такі вимоги до аудиту, які актуальні щодо нефінансової звітності:

- оцінка, яка дається в ході аудиту, повинна бути об'єктивною та незалежною; вона є результатом роботи з визначення відповідності змісту звітності тим процесам, що мають місце в даній організації, а не просто підтверджують абсолютну точність поданих даних;

- сам хід перевірки відбувається на користь всіх зацікавлених користувачів, стейкхолдерів;

- аудиторська організація визначає відповідність перевірених фактів критеріям та стандартам [3].

Загальнозастосовним посібником для оцінки звітності організації за показниками її сталого розвитку є Стандарт верифікації AA 1000AS (Assurance Standard), що дає уявлення про ключові елементи процесу верифікації. Цей стандарт передбачає дві основні форми верифікації звітності у сфері сталого розвитку:

- 1) без підтвердження надійності інформації, поданої у звіті;

- 2) з підтвердженням надійності інформації, поданої у звіті.

Залежно від цілей верифікації, характеру підтверджуючих даних та характеру затвердження AA1000AS передбачає два рівні верифікації:

- 1) високий рівень;

- 2) середній ступінь [2; 4].

Аудит систем соціальної відповідальності передбачає опитування та вивчення думки великого кола зацікавлених осіб (не лише працівників підприємства, а й представників громадськості у тих місцях, де

воно розташоване). У процесі аудиту проводяться інтерв'ю [5]:

- з представниками менеджменту компанії для з'ясування того, як компанія враховує ключові аспекти аудитування систем соціальної відповідальності при формуванні довгострокової стратегії розвитку бізнесу і як вони інтегровані в систему бізнес-процесів компанії;

- ключовими спеціалістами компанії, залученими на підготовку різних розділів звіту, з метою підтвердження достовірності викладених у звіті тверджень та даних;

- представниками серед зовнішніх зацікавлених сторін компанії з метою визначення того, як компанія залучає їх до виявлення істотних аспектів сталого розвитку і в подальшому реагує на висловлені пропозиції та рекомендації.

Інформація, отримана в ході опитувань (наприклад, щодо дискримінації та зловживань за наймом на роботу та ін.), узагальнюється та використовується для складання об'єктивних свідчень [9]. Така загальна оцінка реального дотримання соціально-етичних норм підприємств може спричинити результат сертифікаційного аудиту.

Якщо загалом соціальний аудит не дав позитивного результату, необхідного для видачі сертифіката відповідності вимогам SA 8000, експерти повинні підготувати рекомендації, які б допомогли підприємству поліпшити стан справ [8].

Дослідження практики підприємств свідчать, що лише 30 % публічних нефінансових звітів супроводжуються висновком про професійне засвідчення. У дослідженнях міжнародної практики цей показник залежно від величини та кількості досліджуваних компаній, які готують публічну нефінансову звітність, сягає 50% [8].

Давайте розглянемо ефекти від соціально-відповідальної поведінки підприємства. За результатами зіставлень досягнутих ефектів від вирішення соціально значущих проблем із витратами підприємства із метою судять про ефективність її соціальної відповідальності. Зупинимось на розгляді її основних ефектів.

Соціальні ефекти від соціально відповідальної поведінки підприємства виражаються у поліпшенні якості життя персоналу, місцевого населення та суспільства в цілому; підтримці духовно-морального клімату та творчої атмосфери у трудових колективах; запобігання чи ослаблення потенційних конфліктів із споживачами щодо якості продукції (послуг).

У полі зору організаційних ефектів входять: зацікавленість персоналу, ділових партнерів та споживачів; отримання статусу привілейованого партнера, зміцнення репутації та отримання суспільної згоди на провадження діяльності; обґрунтованість управлінських рішень з огляду на очікування суспільства.

Найважливішим ефектом розвитку соціально-активної компанії є налагодження конструктивних соціальних зав'язків на основі соціально орієнтованої довіри. Така довіра спирається на взаємні соціальні зобов'язання ділових партнерів, які забезпечують стійкість їхнього бізнесу.

Воно характеризує філософію управління, найважливішими компонентами якої є гідність та повага. Гідність, це визнання етичної цінності ділового партнера, а шана – репутація, зароблена в результаті певного досвіду взаємодії.

Крім того, у соціально відповідальних компаній утворюються ринкові, екологічні, синергетичні та мультиплікативні ефекти. Перші виникають від створення умов чесної конкуренції та набуття конкурентних переваг, другі – від економії природних ресурсів та проведення заходів компенсаційного та захисного характеру стосовно навколишнього середовища. Синергетичні ефекти утворюються за рахунок підвищення продуктивності праці чесних працівників, задоволених гідними умовами праці, а мультиплікативні приносять можливості самореалізації інвесторів, власників, благодійників, спонсорів та фінансових спільнот; надійність та справедливість трансакцій [7].

Виходячи з вище наведеного необхідно розглянути, яким чином соціальна відповідальність впливає на фінансові показ-

ники компанії. Протягом останніх 30 років ведуться дослідження щодо пошуку зв'язку між соціальною відповідальністю компанії та її фінансовими досягненнями. Результати цих досліджень досить суперечливі [3; 8; 9; 10].

Всі дослідження з цього питання можна розбити на три групи:

1) дослідження, які встановили негативну взаємозв'язок, соціально відповідальна компанія несе великі витрати, цим погіршує свої показники;

2) дослідження, що встановили відсутність взаємозв'язку, досліджувані явища настільки складні та багатогранні, що встановити між ними явний зв'язок неможливо;

3) дослідження, що встановили позитивний взаємозв'язок, безвідповідальні компанії, які прагнуть знизити витрати, у майбутньому можуть заплатити за це велику ціну, невеликі витрати сьогодні призводять до більших переваг у майбутньому.

На підставі досліджень, існує багато змінних, що впливають на фінансовий результат і соціальну відповідальність, є настільки багатогранним поняттям, що це не дозволяє встановити будь-якого ясного взаємозв'язку між цими явищами. Більшість досліджень роблять висновок про наявність позитивного результату. Їх автори прихильники теорії stakeholders, суть якої полягає в необхідності налагодження відносин та врахування інтересів усіх зацікавлених сторін. Вони відзначають, що соціально відповідальна поведінка дозволяє компаніям вимагати лояльності співробітників та споживачів продукції (послуг), сприяє підвищенню іміджу компанії, що в кінцевому підсумку виявляється у підвищенні її вартості (рис. 1).

Як правило, матеріальні активи рівні балансової вартості підприємства (якщо нематеріальні активи не оцінені і не враховуються в балансі). Матеріальні та нематеріальні активи у сумі, як відомо, дорівнюють ринковій вартості компанії. Іншими словами, якщо компанія соціально відповідальна, то складова нематеріальних активів у ринковій вартості компанії зростає.

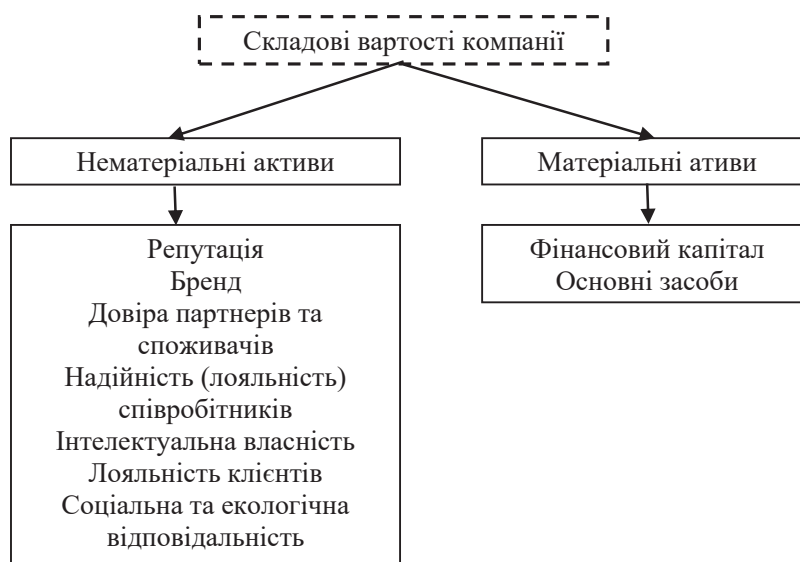


Рис. 1. Складові вартості компанії за теорії stakeholders

Джерело: узагальнено [3; 8]

Зокрема, не до кінця зрозуміло, яке є наслідком, а яке причиною. З одного боку, найкращі фінансові показники забезпечують компанію додатковими ресурсами, які може інвестувати в персонал, місцеві школи, лікарні тощо. Таким чином, гарне фінансове становище сприяє активності компанії у соціальній сфері. З іншого боку, кваліфікований менеджмент покращує взаємини із зацікавленими групами, тим самим опосередковано покращує фінансове становище фірми. Фінансове становище покращується за допомогою лояльних клієнтів та працівників фірми, а також доброзичливого ставлення з боку місцевих органів влади.

Більшість нових досліджень прив'язують включення стратегій сталого розвитку, загальну стратегію підприємства зі зростанням капіталізації підприємства. З цієї сторони, управління нефінансовими ризиками веде до зниження вартості позикового капіталу, а також зменшення вартості продукції і в результаті до збільшення капіталізації компанії.

Основною проблемою, з якою стикаються дослідники, є проблема виміру корпоративної соціальної діяльності. Корпоративна соціальна діяльність є багатостороннім процесом, що зачіпає безліч суб'єктів і тому важко піддається оцінці. Крім того, підпри-

ємства різняться за видом діяльності, галузевою належністю, розмірами та ін. Вибір способу вимірювання корпоративної соціальної діяльності відіграє ключову роль при дослідженнях її взаємозв'язку з фінансовими показниками.

Як відомо, найбільш поширеними та використовуваними у звітних, планових та інших цілях є такі показники оцінки фінансових результатів компанії:

- рентабельність капіталу;
- рентабельність продаж;
- дохід на активи;
- зростання чистого прибутку;
- зростання капіталізації підприємства.

Для оцінки корпоративної соціальної відповідальності застосовуються індикатори, тобто. показники, що виводяться з первинних даних, які зазвичай не можна використовувати для інтерпретації змін, і дозволяють судити про стан або зміну економічної, соціальної чи екологічної змінної. На практиці на основі різних показників розробляються та застосовуються індекси. Їх використання прийнятно у випадках, коли добре зрозумілі причинно-наслідкові зв'язки.

Найвідоміші індекси – DJSI, його європейський аналог – Доу-Джонс STOXX (Dow Jones STOXX Sustainability Index), індекс сталого розвитку SAM [9,10].

Укладачі індексів зазвичай вирішують проблему оцінки наступним чином: компанії заповнюють спеціальні щорічні опитувальники, які включають близько 50 показників: 60% показників однакові для всіх компаній, а 40% – різняться по секторах. Після розрахунків за цими показниками розподіляються місця компаній у світовому таблиці про ранги з «стійкого розвитку»: з розбивкою по секторах [5; 6].

У 2005 р. компаніями SAM та Price Waterhous Copers було проведено дослідження, в якому досліджувалась залежність зростання вільного грошового потоку та середньої вартості капіталу від соціальної відповідальної поведінки. У дослідженні взяли участь близько 1460 компаній. Через «війну» було виявлено, що прибутковість підприємств, відповідальних критеріям сталого розвитку вище середньої прибутковості відповідної галузі (всього досліджено 60 галузей) [10].

В Україні таких досліджень поки не було, тому, що більшість компаній сприймають соціальний аудит з урахуванням корпоративної соціальної відповідальності опіром. Однак, з досвіду європейських та деяких пост радянських країн ми бачимо, що це процес неминучий, і залежить від часу. На думку автора, ініціатором соціального аудиту в Україні стане приватний бізнес, який вже виявляє явну зацікавленість в об'єктивному і високопрофесійному обстеженні соціальних відносин на своїх підприємствах.

Висновки та перспективи подальшого розвитку дослідження. Основний результат даного дослідження зводився до того, що соціальні програми сприяють створенню іміджу та підвищенню репутації бізнесу та, таким чином, є довгостроковими вкладеннями у нематеріальні активи компанії. В Україні підвищений інтерес приватного бізнесу до соціальних відносин обумовлений тим, що сьогодні людські ресурси стали вирішальним чинником в економічному розвитку. Інвестиції в людський капітал увійшли до категорії «рентабельних». Соціальна функція підприємництва тепер

усе більшою мірою обумовлює функцію економічну (отримання прибутку), Загалом можна зробити такі висновки:

– стосовно української практики ще рано говорити про виявлений стійкий зв'язок між соціально відповідальною поведінкою компанії та її фінансовими результатами, відсутні методики такої оцінки, сфера її використання для компаній, що діють у різних країнах та сферах бізнесу;

– стійка кореляція має місце у розвинених країнах, де налагоджений механізм оцінки громадської діяльності компаній через різні громадські організації та де корупція перебуває на порівняно низькому рівні, забезпечена досить прозора система прийняття рішень державними органами та зрозумілий зв'язок між відповідальною поведінкою та діяльністю двох інших учасників: держави та громадянського суспільства, тобто. там, де склалася система регулювання суспільних відносин та суспільні відносини мають цивілізований характер;

– механізм оцінки діяльності корпорацій громадськими організаціями України на сьогоднішній день відсутній, громадянське суспільство тільки формується. В Україні поки що можна говорити лише про складання рейтингів соціально відповідальних компаній за критеріями. У сучасних умовах одержати економічну вигоду можливо за умови мінімізації соціальних ризиків.

У дослідженні доведено, що висока якість продукту, його інноваційний характер, позитивний імідж підприємства сьогодні стають ключовими чинниками в конкурентній боротьбі. І тут інформація, яку дає соціальний аудит, необхідна для раціонального управління потенційними можливостями персоналу. Перспективи подальшого розвитку даного питання укладаються у тому, що все більшого значення набуває морально-етичний імідж підприємства в очах споживачів і всього суспільства як важливий конкурентний чинник. Споживач віддає перевагу продукту нефальсифікованому, виробленому на підприємствах, де не використовується праця некваліфікованого персоналу, не

порушуються правила вимоги щодо збереження навколишнього середовища і т.п. Виявлення цих соціальних стандартів є однією з функцій соціального аудиту, який необхідно розвивати надалі у підприємствах та компаніях.

Список літератури:

1. Закон України «Про стандартизацію» від 05.06.2014 № 1315-VII // База даних «Законодавство України». URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T141315.html (дата звернення: 10.02.2022)
2. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21.12.2017 № 2258-VIII // База даних «Законодавство України». URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T172258.html (дата звернення: 14.02.2022)
3. Бондар М.І. Аудит в АПК : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 188 с.
4. Емельянова Ю., Ляховенко Т. Звітність у сфері сталого розвитку. Практика складання зарубіжними компаніями. «Корпоративна фінансова звітність. Міжнародні стандарти». № 2/2016. URL: <https://www.audit-it.ru/articles/msfo/a24744/860363> (дата звернення: 09.02.2022)
5. Калінська Т.А. Сучасний стан і проблеми вітчизняного аудиту: наукова стаття. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2010. № 3. С. 20–22.
6. Кравченко В.В. Проблеми та перспективи розвитку внутрішнього аудиту в сучасних умовах господарювання. *Наукові праці*. Київ : КНТУ, 2010. № 17. С. 98–101.
7. Кирьянова Н. Український аудит: європейські прагнення. URL: <http://finance.obozrevatel.com/analyticsandforecasts/89173ukrainskijauditevropejskiestremeniya> (дата звернення: 10.02.2022).
8. Колбасов И.В. Диагностический метод аудита в сфере управления человеческими ресурсами как средство повышения эффективности организации. *Научный журнал «Управление персоналом»*. 2008. № 10. URL: <http://www.hrm21.ru/rus/actual/?action=show&id> (дата звернення: 12.02.2022).
9. Шевчук О.А. Здирко Н.Г. Аудит в Україні – проблеми та перспективи розвитку. *Збірник наукових праць кафедри економічного аналізу Тернопільського національного економічного університету*. Львів. 2010. № 6. С. 530–531.
10. Freeman, R.E. Upravlinnia zatsikavlenymy storonamy ta KSV: zapytannia ta vidpovidi. In: *Umwelt Wirtschafts Forum*, Springer Verlag. 2022. Vol. 21. Pp. 147–156.
11. Savitz, A. The triple bottom line: how today's best-run companies are achieving economic, social, and environmental success – and how you can too. Jossey Bass Inc., 2013, p. 352.
12. Mitchell, R.K., B.R. Agle, D.J. Wood Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*. 1997. Vol. 22. № 4, pp. 853–886.

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro standartyzatsiiu» vid 05.06.2014 no. 1315-VII // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy» [Law of Ukraine "On Standardization" of 05.06.2014 № 1315-VII // Database "Legislation of Ukraine"]. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T141315.html (accessed 10 February 2022).
2. Zakon Ukrainy «Pro audyt finansovoi zvitnosti ta audytorsku diialnist» vid 21.12.2017 № 2258-VIII // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». [Law of Ukraine "On Audit of Financial Statements and Auditing" dated 21.12.2017 no. 2258-VIII // Database "Legislation of Ukraine"]. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T172258.html (accessed 14 February 2022).
3. Bondar M.I. (2003) *Audyt v APK: navch. posibnyk* [Audit in APK: textbook. manual]. Kyiv: KNEU, 188 p.
4. Emelianova Yu., Liakhovenko T. (2016) *Zvitnist u sferi staloho rozvytku. Praktyka skladannia zarubizhnyymy kompaniiamy*. [Reporting in the field of sustainable development. The practice of compiling foreign companies.] – "Korporatyvna finansova zvitnist. Mizhnarodni standarty" [Corporate financial reporting. International standards] no. 2 (electronic journal). Available at: <https://www.audit-it.ru/articles/msfo/a24744/860363> (accessed 09 February 2022).
5. Kalinska T.A. (2010) *Suchasnyi stan i problemy vitchyznianoho audytu: naukova stattia* [Current state and problems of domestic audit: a scientific article] *Naukovo-vyrobnychiy zhurnal "Biznes-navihator"*, no. 3, pp. 20–22.
6. Kravchenko V.V. (2010) *Problemy ta perspektyvy rozvytku vnutrishnoho audytu v suchasnykh umovakh hospodariuvannia* [Problems and prospects of internal audit development in modern business conditions]. *Naukovi pratsi*. [Scientific works] Kyiv: KNTU, no. 17, pp. 98–101.
7. Kyrianova N. *Ukrainskyi audyt: yevropeyski prahnennia* [Ukrainian audit: European aspirations]. Available at: <http://finance.obozrevatel.com/analyticsandforecasts/89173ukrainskijauditevropejskiestremeniya> (accessed 10 February 2022).
8. Kolbasov Y.V. (2008) *Dyagnostycheskyi metod audyta v sfere upravleniia chelovecheskymy resursamy kak sredstvo povysheniia efektyvnosti orhanyzatsyy*. [Diagnostic method of audit in the field of human resource management as a means of improving the efficiency of the organization.] *Nauchnyi zhurnal "Upravleniye personalom"* [Scientific Journal of Personnel Management], no. 10. (electronic journal). Available at: <http://www.hrm21.ru/rus/actual/?action=show&id> (accessed 10 February 2022).

9. Shevchuk O.A., Zdyrko N.H. (2010) Audyt v Ukraini – problemy ta perspektyvy rozvytku [Audit in Ukraine – problems and prospects for development]. *Zbirnyk naukovykh prats kafedry ekonomichnoho analizu Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytet* [Collection of scientific works of the Department of Economic Analysis, Ternopil National University of Economics]. Lviv, no. 6, pp. 530–531.
10. Freeman, R.E. Upravlinnia zatsikavlenymy storonamy ta KSV: zapytannia ta vidpovidi. In: *Umwelt Wirtschafts Forum*, Springer Verlag, 2022. Vol. 21. Pp. 147–156.
11. Savitz, A. The triple bottom line: how today's best-run companies are achieving economic, social, and environmental success – and how you can too. Jossey Bass Inc., 2013, p. 352.
12. Mitchell, R.K., B.R. Agle, D.J. Wood Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*. 1997. Vol. 22. № 4, pp. 853–886.