

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

О. Б. Вахрушева

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия
e-mail: vob26@mail.ru

Н. Н. Хахонова

Ростовский государственный экономический университет, Ростов-на-Дону, Россия
e-mail: N_Khakhonova@bk.ru

Аннотация: В социальной экономике корпоративная социальная ответственность рассматривается как элемент стратегии развития бизнеса. Поэтому важно оценить эффективность проведения социальных программ с целью выработки правильных управленческих решений для развития социальной среды. Целью исследования является выработка рекомендаций по оценке эффективности корпоративной социальной ответственности бизнеса. На основе программно-целевой концепции и системного подхода посредством сбора, группировки, обобщения и анализа информации о проведении социальных программ в статье предложена классификация социальных программ и методы оценки их эффективности. Социальные программы классифицируются на программы внешнего и внутреннего направления влияния на общество и корпоративную культуру организации. В статье рекомендованы методы оценки и определения социального эффекта и социально-экономической эффективности социальной ответственности бизнеса на основе показателей, которые характеризуют результаты проведения социальных программ и их влияние на деятельность компании в долгосрочном периоде. Показатели, характеризующие эффективность инвестиций в социальную сферу, делятся на следующие направления социальной деятельности: развитие трудового капитала организации, охрана труда и техника безопасности производства, природоохранная деятельность и ресурсосбережение, развитие региональных и муниципальных сообществ и взаимоотношения со стейкхолдерами. Социально-экономическая эффективность может оценить социальные программы по уровню расходов на социальные программы, по достигнутым результатам социальных мероприятий, а также по уровню влияния на деятельность организации в долгосрочной перспективе. Авторами предложены показатели для различных групп стейкхолдеров организации, которые характеризуют интересы и степень взаимодействия с ними. Предложенные методы оценки эффективности актуальны как на стадии выполнения социальных программ, так и в долгосрочном периоде после завершения программ. Это определило научную и практическую значимость исследования. Результаты исследования могут быть использованы в качестве теоретической базы для дальнейших исследований в этой области.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальные программы, социальный эффект и социально-экономическая эффективность.

Для цитирования: Вахрушева О. Б., Хахонова Н. Н. Оценка эффективности корпоративной социальной ответственности // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2022. – № 3. – С. 20–27, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2022-3-20>.

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

O. B. Vakhrusheva

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia
e-mail: vob26@mail.ru

N. N. Khakhonova

Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia
e-mail: N_Khakhonova@bk.ru

Abstract. In the social economy, corporate social responsibility is seen as an element of a business develop-

ment strategy. Therefore, it is important to assess the effectiveness of social programs in order to develop the right management decisions for the development of the social environment. The purpose of the study is to develop recommendations for assessing the effectiveness of corporate social responsibility of business. Based on the program-targeted concept and systemic approach by collecting, grouping, generalizing and analyzing social programs, the article proposed a classification of social programs and methods for assessing their effectiveness. Social programs are classified into programs of external and internal directions of influence on society and corporate culture of the organization. The article recommends methods for assessing the social effect and socio-economic efficiency of business social responsibility based on indicators that characterize the results of social programs and their impact on the company's activities in the long term. The indicators characterizing the social effect of investments in the social sphere are divided into the following areas of social activity: development of the organization's labor capital, labor protection and industrial safety, environmental protection and resource conservation, development of regional and municipal communities and relationships with stakeholders. Social and economic efficiency can assess social programs by the level of spending on social programs, by the achieved results of social activities, as well as by the level of impact on the organization's activities in the long term. The authors proposed indicators for various groups of stakeholders of the organization, which characterize the interests and the degree of interaction with them. The proposed methods for assessing effectiveness are relevant both at the stage of implementation of social programs and in the long term after the completion of programs. This determined the scientific and practical significance of the study. The research results can be used as a theoretical basis for further research in this area.

Key words: corporate social responsibility, social programs, social impact and socio-economic efficiency.

Cite as: Vakhrusheva, O. B., Khakhonova, N. N. (2022) [Assesment of the effectiveness of corporate social responsibility]. *Intellect. Innovatsii. Investitsii* [Intellect. Innovations. Investments]. Vol. 3, pp. 20–27, <https://doi.org/10.25198/2077-7175-2022-3-20>.

Введение

В современных экономических условиях социально ответственное поведение организаций играет ведущую роль в выборе миссии и стратегии ведения бизнеса. Такое поведение способствует повышению инвестиционной привлекательности для инвесторов, имиджа и конкурентоспособности организации, изменяет отношение работников организации, государства и общества к вопросам ведения бизнеса. Целый ряд международных и зарубежных исследований [10–12] посвящен проблемам развития корпоративной социальной ответственности, что подтверждает важность и актуальность исследования.

Эти вопросы приобрели особую актуальность в условиях пандемии COVID-19, вызвавшей не только банкротство ряда малых и средних предприятий¹, но и значительное ухудшение показателей деятельности крупных хозяйствующих субъектов, в т. ч. и корпораций. В настоящее время, пожалуй, нет ни одной отрасли или сферы деятельности, не переживающей последствия пандемии. Руководители всех предприятий и организаций столкнулись с проблемами социальной ответственности перед собственными работниками, причем речь идет не только о периодах локдауна, но и о проблемах их перевода на удаленный режим работы, а также вопросах вакцинирования и поддержания сотрудников, перенесших COVID в наиболее тяжелой фор-

ме. Сегодня собственники и руководители бизнеса не могут оставаться в стороне от социальных проблем региона, в котором они территориально расположены. В этих условиях возникла необходимость в оценке корпоративной социальной ответственности, связанная с отсутствием четко определенного состава показателей для оценки ее эффективности.

Постановка проблемы

В докризисный период в целом ряде работ как зарубежных, так и российских авторов уделялось внимание вопросам формирования корпоративной социальной ответственности.

Среди работ зарубежных авторов, посвященных данной проблеме, следует выделить исследования и научные публикации таких авторов, как Г. Боуэна [13], П. Друкер [2], А. Кэрролл [14], Дж. Макгуир [16] и др. Нельзя не согласиться с высказыванием Черепанова С. В. о том, что «Современная концепция корпоративной социальной ответственности, распространенная в Европейском сообществе, показывает стремление компаний добровольно и самостоятельно решать насущные проблемы общества» [11].

В России в 2010–2020 гг. появились труды, раскрывающие понятие и значение корпоративной социальной ответственности для бизнеса. По вопросам корпоративной социальной ответственности

¹ В 2020 году в России прекратили свою деятельность 515,5 тыс. коммерческих организаций или каждая шестая компания в стране. Количество закрытых бизнесов в 2,4 раза превысило число вновь созданных – такое соотношение оказалось худшим как минимум за последние 18 лет, выяснила аналитическая служба международной аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza. «В пандемическом году соотношение закрытых и открытых компаний оказалось худшим за 18 лет». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2021/zakryt-i-otkryt-kompaniy/> / (дата обращения: 23.09.2021).

опубликованы труды Вахрушевой О. Б. [1] Завьяловой Е. Б. [3, 4], Божук С. Г. [7], Григоряна Е. С. [8], Кулибановой В. В., Тэор Т. Р. [5, 6], Чудинова О. О. [10, 11], Юрасова И. А. [9]. Отдельные аспекты данной проблемы применительно к вопросам учетно-аналитического обеспечения управления раскрыты в работах Богатой И. Н., Хахоновой Н. Н., Лазаревой Н. А., Оробинской В. Н. [15] и др. авторов.

Мы согласны с мнением Черепанова С. В. о том, что: «Корпоративная социальная ответственность – это система экономических, экологических и социальных мероприятий, реализуемых на основе взаимодействия с заинтересованными сторонами и направленных на снижение финансовых рисков, долгосрочное улучшение имиджа и деловой репутации, обеспечивающих устойчивое развитие компании» [11].

В начале XXI века в России развивалось участие бизнеса в социальной сфере (социальные программы, проекты и др.). Корпоративная социальная ответственность стала играть важную роль при выработке миссии и стратегии развития бизнеса. Однако охватившая весь мир эпидемия COVID вызвала целый ряд ранее несуществующих проблем в части оказания и реализации корпоративной социальной поддержки не только своих работников, но и членов их семей, а также жителей регионов, в которых ведется бизнес. Это привело к возникновению новых социальных программ и проектов, а перед организациями, участвующими в их реализации, встал

вопрос об оценке их эффективности как в момент осуществления программ, так и в долгосрочном периоде времени. В этих условиях важно выбрать не только способ оценки, но и порядок расчета результатов влияния социальных программ на деятельность компании и общества, а также порядок раскрытия информации всем заинтересованным в информации пользователям (стейкхолдерам) от работников организации до государственных органов. Имевшиеся ранее подходы в оценке эффективности, реализуемой корпоративной социальной политикой и отдельные аспекты оценки социальной ответственности, требуют своей переработки, в части доведения с учетом изменившихся условий хозяйствования, до практического применения. Сложившаяся ситуация потребовала скорейшего решения проблемы, связанной с отсутствием четко определенного состава показателей для оценки эффективности корпоративной социальной ответственности, решению которой и посвящено данное исследование.

Обсуждения

Корпоративная социальная ответственность раскрывается в осуществлении социальных программ внутреннего, внешнего или смешанного направления.

Формы социальных программ внутреннего и внешнего направления представлены на рисунках 1 и 2.



Рисунок 1. Формы социальных программ внутреннего направления реализации корпоративной социальной ответственности

Источник: разработано авторами

Смешанные направления реализации корпоративной социальной ответственности сочетают различные виды внешней и внутренней форм реализации социальных программ и корпоративной социальной ответственности: повышение качества выпускаемой продукции (работ, услуг), проведение экологического и социального аудита, создание дополнительных рабочих мест для безработных и др.

В настоящее время в качестве показателей социальной направленности в нефинансовой отчетности организации раскрывают величину расходов на социальную поддержку работников организации, на спонсорские программы по развитию региона расположения. Такой набор показателей недостаточно раскрывает корпоративную социальную ответственность и ее эффективность.

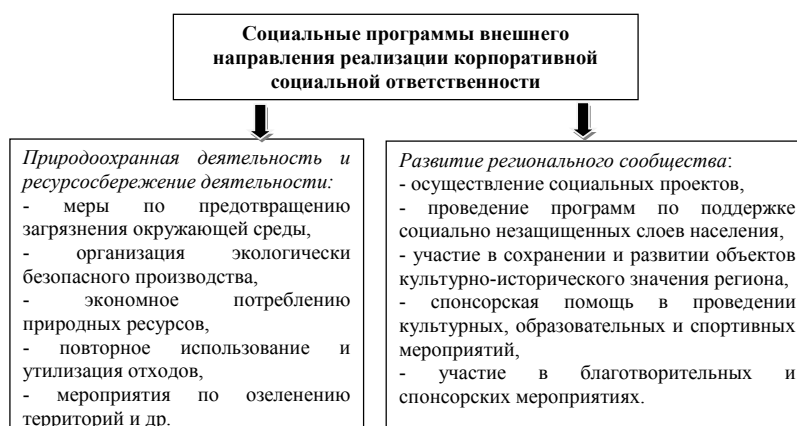


Рисунок 2. Формы социальных программ внешнего направления реализации корпоративной социальной ответственности

Источник: разработано авторами

При оценке эффективности социальных инвестиций необходимо различать понятия социального эффекта и социально-экономической эффективности.

Социальный эффект есть результат, достигаемый за счет социального инвестирования, харак-

теризует степень удовлетворения населения качеством жизни. По внешним и внутренним направлениям реализации социальных программ могут применяться различные показатели, показывающие эффект социальных инвестиций (таблица 1).

Таблица 1. Показатели, характеризующие социальный эффект инвестиций в социальную сферу

Направление социальной деятельности	Показатели
1. Развитие трудового потенциала организации	– объем средств, использованных на обучение и повышение квалификации, – количество работников, прошедших повышение квалификации и переобучение, – уровень расходов на оплату труда работников, на премирование и мотивацию труда.
2. Обеспечение охраны труда работников	– объем средств, выделенных на охрану труда и технику безопасности деятельности работников, – объем средств, выделенных на медицинское обслуживание работников, – объем средств, выделенных на оплату путевок в санатории и профилактории.
3. Осуществление природоохранных мероприятий	– количество проведенных мероприятий по охране окружающей среды и ресурсосбережению деятельности, – объем средств на осуществление мероприятий по охране окружающей среды и ресурсосбережению деятельности.
4. Предоставление информации заинтересованным лицам	– объем средств, использованных на проведение программ социальной сферы; – объем средств, использованных на освещение программ социальной сферы.

Источник: разработано автором Вахрушевой О. Б.

Данный перечень показателей выбирается организациями самостоятельно в зависимости от особенностей ведения бизнеса, структуры управления и размера организации. Этот перечень может дополняться другими показателями при изменении деятельности и возникновении специфических условий деятельности (возникновение пандемии и др.).

Например, для оценки эффекта социальных программ могут применяться следующие показатели: уровень безработицы, рождаемости и смертности, обеспеченность жильем, уровень образования работников и населения, количество детей в семьях, количество средств, направленных на поддержание

материнства, детства, юношества, индекс потребительских цен, количество и качество социальных услуг.

Социальный эффект является функцией времени. На этапе выполнения социальных программ социальный эффект отрицательный, так как не получен эффект. При выполнении социальных программ и по истечении определенного времени социальный эффект постепенно увеличивается и становится положительным.

Социально-экономическая эффективность – это соотношение между достигаемым эффектом и величиной социальных инвестиций (расходов), пока-

зывает экономическую эффективность инвестиций в социальную сферу организации и общества.

Анализируя результаты социальных программ, нужно оценить социальную и экономическую эффективность для устойчивого развития бизнеса.

Социально-экономическая эффективность может оценить социальные программы как по уровню расходов, так и по результатам проводимых мероприятий, а также по уровню влияния на результаты деятельности организаций в долгосрочной перспективе.

Расходы организации на социальные программы включают материальные, трудовые и финансовые ресурсы, израсходованные организацией на проведение социальных программ. Важно отделить расходы на социальные нужды от обычных расходов по видам деятельности организации.

Результаты проведения социальных мероприятий могут быть учтены в разных формах:

- дополнительные ресурсы, полученные на осуществление социальных программ из других источников финансирования (средства из бюджетов, спонсорская помощь физических или юридических лиц);

- результаты от решения социальных задач, могут быть рассчитаны в виде следующих показателей: изменение уровня потребительских цен, обеспеченность жильем, уменьшение безработицы, снижение выплат по безработице, повышение уров-

ня квалификации работников, уровня охраны труда и техники безопасности;

- получение выгод для ведения деятельности и устойчивого развития бизнеса. Показателями для определения выгод могут быть повышение доверия к организации со стороны партнеров и потребителей, повышение производительности труда работников, рост стоимости акций организации, преимущества при участии в тендерах, снижение числа конфликтов с различными группами стейкхолдеров.

Воздействие социальных программ может проявиться в изменении общественного мнения на уровне региона и общества в целом, финансовых результатах и показателях деятельности компании, уровне заинтересованности различных групп стейкхолдеров в деятельности организации в будущих периодах.

В таблице 2 приведены показатели социальной направленности для различных групп стейкхолдеров организации. Анализ предложенных показателей в динамике позволяет оценить экономическую эффективность социальных программ в долгосрочном периоде.

Данные показатели позволяют оценить результативность и эффективность социальных программ организации, развитие кадровой и корпоративной среды организации, степень взаимодействия с различными группами стейкхолдеров.

Таблица 2. Показатели для оценки экономической эффективности и результативности социальных программ организации по группам стейкхолдеров

Группа стейкхолдеров	Показатель
Инвесторы	Чистая прибыль, рыночная капитализация, рентабельность капитала, рентабельность собственного капитала
Собственники	Стоимость компании, чистая прибыль, рыночная капитализация, размер дивидендов
Покупатели	Выручка, состав покупателей, доля рынка, качество продукта
Поставщики	Суммы заключенных контрактов, имидж компании
Государственные органы	Величина уплаченных налогов, количество рабочих мест
Общество	Уровень оплаты труда, социальные и благотворительные мероприятия, влияние на окружающую среду, уровень травматизма, волонтерская деятельность
Работники организации	Средняя заработная плата, расходы на обучение персонала и повышение квалификации, коэффициент текучести кадров, расходы на охрану труда, мотивацию, стимулирование труда и технику безопасности
Управленческий персонал	Долгосрочные инвестиции во внеоборотные активы, ликвидность, платежеспособность, рентабельность, партнерские отношения и т. п.

Источник: разработано авторами

Для оценки социального эффекта и социально-экономической эффективности социальных программ может проводиться социальный аудит, который включает:

- аудит трудового капитала организации. При этом изучается уровень образования, повышение квалификации работников, профессионализм категорий работников, корпоративная среда и др.;

- аудит мотивационного воздействия на трудовые отношения в коллективе. Для этого определяется содержание труда, уровень оплаты труда, методы стимулирования труда, уровень социальной защищенности работников, корпоративная культура и др.;

- оценку результатов от проведения социальных программ по ключевым группам стейкхолдеров (из-

менение уровня потребительских цен, уменьшение безработицы, снижение выплат по безработице, повышение качества жизни людей и др.);

– оценку выгод, полученных от осуществления социальных программ для развития бизнеса (повышение доверия со стороны стейкхолдеров, конкурентные преимущества, снижение числа конфликтных ситуаций и др.).

Социальный аудит оценивает результаты работы персонала, эффективность трудовой деятельности, уровень текучести кадров, удовлетворенность условиями труда, социальную среду организации, партнеров и потребителей после осуществления социальных программ организации.

Заключение

Таким образом, в современных условиях для более эффективного проведения социальных программ и управления результатами социальной деятельности необходимы новые подходы к выбору состава показателей эффективности, с учетом ожида-

ний стейкхолдеров, в целях оценки эффективности осуществления корпоративных социальных программ. В исследовании представлен состав рекомендованных показателей оценки социального эффекта и социально-экономической эффективности социальных программ, разработанный для восьми различных групп стейкхолдеров организации (инвесторов, собственников, покупателей, поставщиков и пр. групп), полностью удовлетворяющий их информационные запросы, в целях обеспечения дальнейшего взаимодействия с ними. Предложенные показатели оценки социального эффекта и социально-экономической эффективности социальных программ позволяют осуществить такую оценку, как в момент планирования социальных программ, так и после их осуществления. Предложенные методы оценки эффективности позволяют развивать систему управления социальной деятельностью компании и выработать новые цели и задачи развития социальной среды для устойчивого развития бизнеса.

Литература

1. Вахрушева О. Б. Влияние социальной ответственности на показатели деятельности компаний // Социально-экономические и гуманитарные науки: сб. статей по матер. Междун. научной конф., Санкт-Петербург, 27 дек. 2020 г. – Санкт-Петербург, 2020. – С. 110–112.
2. Друкер Ф. Питер. Эффективное управление. М.: АСТ, 2004. – 288 с.
3. Завьялова Е. Б., Островская Е. А. Влияние различной трактовки общеупотребимых понятий на эффективность программ корпоративной социальной ответственности // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – № 7. – С. 10–16.
4. Завьялова Е. Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов к ней // Финансовый бизнес. – 2018. – № 2. – С. 26–31.
5. Кулибанова В. В., Тэор Т. Р. Социально ответственная реструктуризация как условие устойчивого развития региона // Роль интеллектуального капитала в экономической, социальной и правовой культуре общества XXI века: сб. тр. по матер. Междун. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 16–17 нояб. 2016 г. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 696–702.
6. Кулибанова В. В., Тэор Т. Р. Социально ответственное инвестирование как одно из направлений корпоративной социальной ответственности // Вестник ИНЖЭКОНА: Серия: Экономика. – 2014. – № 1(68). – С. 5–8.
7. Маслова Т. Д., Божук С. Г., Бажанова Ю. А. Интегрированный подход к оценке эффективности деятельности некоммерческих организаций в условиях стагнации рынка // Проблемы современной экономики. – 2021. – № 2. – С. 89–93.
8. Писанина Г. Т., Григорян Е. С. Методические аспекты оценки эффективности стратегии, направленной на повышение рыночной стоимости предприятия: монография. – Пенза: Наука и просвещение, 2017, С. 103–111.
9. Социальные трансформации на рынке труда России: неформальная занятость: монография / И. А. Юрасова [и др.] – М.: ИНФРА-М, 2021, 164 с.
10. Чудинов О. О. Инструментарий оценки социальной эффективности сельскохозяйственных предприятий в контексте корпоративной социальной ответственности // Известия Санкт-Петербургского аграрного университета. – 2018. – № 51. – С. 242–247.
11. Чудинов О. О. К вопросу значения корпоративной социальной ответственности в современной экономике // Известия Санкт-Петербургского аграрного университета. – 2016. – № 43. – С. 255–264.
12. Черепанов С. В. Генезис концепции корпоративной ответственности // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 8. – С. 335–337.
13. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman // N. Y. Harper & Row. 1953. p. 248.
14. Carroll A.; A. Buchholtz (2006). Business and Society: Ethics and Stakeholder Management, 6th ed. Mason, OH: Thomson/South-Western. p. 765.

15. Khakhonova N. N. et al. Basic directions in development of accounting and analytical support of business subject management under conditions of accounting digitalization. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 2020, Volume 137. p. 35–38. III International Scientific and Practical Conference «Digital Economy and Finances» (ISPC-DEF 2020).

16. McGuire J. W. *Business and Society* // N. Y. Hill. 1963. p. 312.

References

1. Vakhrusheva, O. B (2020) [Influence of social responsibility on performance indicators of companies]. *Social'no-ekonomicheskie i gumanitarnye nauki: sbornik statej po materialam Mezhdun. nauchnoj konf.*, [Socio-economic and humanitarian sciences: a collection of articles based on the materials of the Intern. Scientific Conf.]. St. Petersburg: National development, pp. 110–112. (In Russ.).

2. Druker, F. Piter (2004) *Effektivnoe upravlenie* [Effective management]. M.: AST, 288 p.

3. Zavyalova, E. B., Ostrovskaya, E. A. (2020) [Influence of Different Interpretations of Common Concepts on the Efficiency of Corporate Social Responsibility Programs]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya* [Economics and Management: Problems, Solutions]. Vol. 21. No. 7, pp. 10–16. (In Russ.).

4. Zavyalova, E. B. (2018) [Corporate social responsibility: evolution of approaches to it]. *Finansovyy biznes* [Financial business]. Vol. 2 (193), pp. 26–31. (In Russ.).

5. Kulibanova, V. V., Teor, T. R. (2016) [Socially responsible restructuring as a condition for sustainable development of the region]. *Rol' intellektual'nogo kapitala v ekonomicheskoy, social'noj i pravovoj kul'ture obshchestva XXI veka: sb. tr. po mater. Mezhdun. nauch.-prakt. konf.* [The role of intellectual capital in the economic, social and legal culture of the society of the XXI century: Sat. tr. by mother. Intern. scientific-practical. conf.]. St. Petersburg: St. Petersburg University of Management Technologies and Economics, pp. 696–702. (In Russ.).

6. Kulibanova, V. V., Teor, T. R. (2014) [Socially responsible investment as one of the areas of corporate social responsibility]. *Vestnik INZhEKONA: Seriya: Ekonomika* [Bulletin of INGECON: Series: Economics]. Vol. 1 (68), pp. 5–8. (In Russ.).

7. Maslova, T. D., Bozhuk, S. G., Bazhanova, Yu. A. (2021) [An integrated approach to evaluating the effectiveness of non-profit organizations in the conditions of market stagnation]. *Problemy sovremennoj ekonomiki* [Problems of the modern economy]. Vol. 2 (78), pp. 89–93. (In Russ.).

8. Pisanina, G. G., Grigoryan, E. S. (2017) *Metodicheskie aspekty ocenki effektivnosti strategii, napravlennoj na povyshenie rynochnoj stoimosti predpriyatiya* [Methodological aspects of evaluating the effectiveness of a strategy aimed at increasing the market value of an enterprise]. Penza: Science and Education, pp. 103–111. (In Russ.).

9. *Social'nye transformacii na rynke truda Rossii: neformal'naya zanyatost'* [Social transformations in the Russian labor market: informal employment]. Yurasov, I. A. and others (2021). Moscow: INFRA-M, 164 p. (In Russ.).

10. Chudinov, O. O. (2018) [Tools for assessing the social efficiency of agricultural enterprises in the context of corporate social responsibility]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo agrarnogo universiteta* [Bulletin of the St. Petersburg Agrarian University]. Vol. 51, pp. 242–247. (In Russ.).

11. Chudinov, O. O. (2016) [On the issue of the importance of corporate social responsibility in the modern economy]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo agrarnogo universiteta* [Bulletin of the St. Petersburg Agrarian University]. Vol. 43, pp. 255–264. (In Russ.).

12. Cherepanov, S. V. (2012). [Genesis of the concept of corporate responsibility]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Public Development]. Vol. 8, pp. 335–337. (In Russ.).

13. Bowen, H. R. (1953) *Social Responsibilities of the Businessman*. N. Y. Harper & Row, p. 248. (In Eng.).

14. Carroll, A.; A. Buchholtz (2006) *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 6th ed. Mason, OH: Thomson/South-Western. p 765. (In Eng.).

15. Khakhonova, N. N. et al. (2020) Basic Directions in Development of Accounting and Analytical Support of Business Subject Management Under Conditions of Accounting Digitalization. *III International Scientific and Practical Conference «Digital Economy and Finances»*. Vol. 137, pp. 35–38. (In Eng.).

16. McGuire, J. W. (1963) *Business and Society*. N. Y. Hill, pp. 312. (In Eng.).

Информация об авторах:

Ольга Борисовна Вахрушева, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия

e-mail: vob26@mail.ru

Наталья Николаевна Хахонова, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры бухгалтерского учета, Ростовский государственный экономический университет, Ростов-на-Дону, Россия

ORCID ID: 0000-0003-3327-4561, **Scopus Author ID:** 57193844009

e-mail: N_Khakhonova@bk.ru

Вклад соавторов:

Авторы внесли равноценный вклад в подготовку и написание статьи.

Статья поступила в редакцию: 17.02.2022; принята в печать: 18.04.2022.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Information about the authors:

Olga Borisovna Vakhrusheva, Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Accounting, Economic Analysis and Audit, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

e-mail: vob26@mail.ru

Natalia Nikolaevna Khakhonova, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Accounting, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

ORCID ID: 0000-0003-3327-4561, **Scopus Author ID:** 57193844009

e-mail: N_Khakhonova@bk.ru

Contribution of the authors:

The authors have made an equal contribution to the preparation and writing the article.

The paper was submitted: 17.02.2022.

Accepted for publication: 18.04.2022.

The authors have read and approved the final manuscript.