

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Гузалия Салиховна КЛЫЧОВА ^{а*},
Эльвира Ринатовна САЛАХУТДИНОВА ^б

^а доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита,
Казанский государственный аграрный университет (Казанский ГАУ),
Казань, Российская Федерация
kgaukgs@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1524-0552>
SPIN-код: 3021-4524

^б старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета и аудита,
Казанский государственный аграрный университет (Казанский ГАУ),
Казань, Российская Федерация
salakhutdinovaer@mail.ru
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 5474-6584

* Ответственный автор

История статьи:

Per. № 641/2021
Получена 22.11.2021
Получена в
доработанном виде
18.12.2021
Одобрена 23.12.2021
Доступна онлайн
17.01.2022

УДК 657.6
JEL: M41

Ключевые слова:

корпоративная
социальная
ответственность,
социально
ответственный
бизнес, индикаторы
корпоративной
социальной
ответственности

Аннотация

Предмет. Проблемные аспекты, связанные с теоретическими подходами к формированию корпоративной социальной ответственности организаций различных форм хозяйствования.

Цели. Исследование теоретических основ становления и развития корпоративной социальной ответственности бизнеса. В рамках исследования были поставлены следующие задачи: систематизировать учения в области определения сущности корпоративной социальной ответственности бизнеса, определить индикаторы оценки результативности ведения социально ответственного бизнеса, описать принципы, которым необходимо следовать, чтобы организовать и реализовывать социально ответственный бизнес.

Методология. Используются методы сравнения, систематизации и обобщения данных.

Результаты. Выявлены проблемные аспекты в области формирования и представления корпоративной ответственности бизнеса в современных условиях хозяйствования. Предложены классификация показателей корпоративной социальной ответственности, индикаторы оценки результативности социально значимого бизнеса и представлены принципы согласно международному стандарту ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности».

Область применения. Результаты исследования могут применяться как в развитии теории корпоративной социальной ответственности, так и на практике социально-экономической деятельности хозяйствующего субъекта в условиях устойчивого

развития бизнеса.

Выводы. Роль и значимость корпоративной социальной ответственности бизнеса должны быть оценены не только с точки зрения позиции вклада в социально значимые и экологические проекты, но и с точки зрения экономической эффективности для самого бизнеса.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2021

Для цитирования: Клычова Г.С., Салахутдинова Э.Р. Теоретические подходы к формированию корпоративной социальной ответственности бизнеса // *Международный бухгалтерский учет*. – 2022. – Т. 25, № 1. – С. 45 – 57.
<https://doi.org/10.24891/ia.25.1.45>

Современные условия развития бизнеса формируют новые критерии, определяющие обязательства хозяйствующего субъекта перед обществом. Успешный бизнес характеризуется не только уровнем полученной прибыли, но и уровнем вклада в экономическое развитие общества, проведением мероприятий по сохранению и улучшению окружающей природы, качеством жизни как сотрудников предприятия, так и местного сообщества^{1,2}. Бизнес должен следовать принципам корпоративной социальной ответственности (КСО), чтобы быть конкурентоспособным и иметь весомость в социально значимых сферах жизни общества.

Первые признаки возникновения и становления корпоративной социальной ответственности относятся к началу XX в. В данный период появились движения по защите прав трудящихся, так как промышленная революция оставила глубокий след на экономическом и моральном порядке трудовых ресурсов [1]. Исходя из этого можно сказать, что прообразом КСО является профессиональная этика различных сфер деятельности.

Одним из первых определений категории «социальная ответственность» приводится определение в исследованиях Говарда Р. Боуэна (Howard Rothmann Bowen) [2]. В своем научном труде *Social Responsibilities of the Businessman* («Социальная ответственность бизнесмена»), опубликованном в 1953 г., он описывает новый вектор развития компании. В монографии отмечены ключевые моменты социальной ответственности бизнеса, а именно, по мнению автора, руководство компании при принятии решений

¹ Исхаков А.Т., Низамутдинов М.М., Галиуллина Л.А., Газимова З.Х. Антикризисное управление предприятием в условиях неопределенности / Актуальные проблемы бухгалтерского учета и аудита в условиях стратегического развития экономики: сборник научных трудов по материалам Всероссийской (национальной) научно-практической конференции молодых ученых. Казань, 2020. С. 43–49.

² Низамутдинов М.М., Парфенова К.А., Давлетшина Л.Р. Механизмы стимулирования и активизации инвестиционной деятельности / Развитие бухгалтерского учета и аудита в условиях цифровой экономики: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Казань, 2019. С. 165–169.

должно исходить из целевых потребностей и ценностей общества, что, в свою очередь, гарантирует свободу предпринимательской деятельности.

Дальнейшее развитие учений в области КСО относится к трудам американского ученого П.Ф. Друкера (Peter Ferdinand Drucker). Описывая теорию социально ответственного бизнеса, он исходил из прилагаемых качеств менеджмента. П. Друкер утверждал, что менеджмент должен быть гуманным [3]. Гуманистическое составляющее бизнеса представляет собой некую ответственность за полученный положительный результат деятельности посредством влияния на окружающую среду. По мнению американского ученого, социально ответственным будет лишь тот бизнес, в котором хорошо налажен рабочий процесс, лишь предприятие, способное наращивать свой капитал, имеет возможность участвовать в социальных программах.

В течение десятилетия (с 1950 по 1960 г.) были заложены основы теории социально ответственного бизнеса, которая применяется до сих пор. Следует отметить, что интерпретация категории корпоративной социальной ответственности бизнеса имеет три направления, сформированных на основании концепции корпоративного управления. К ним относятся теории корпоративного эгоизма, корпоративного альтруизма и разумного эгоизма.

В 1971 г. М. Фридман (Milton Friedman), автор классического подхода, охарактеризовал социальную ответственность бизнеса с точки зрения корпоративного эгоизма. Он считал, что ответственность бизнеса ограничивается объемом полученной прибыли. Вся эта ответственность лежит на плечах руководства хозяйствующего субъекта. М. Фридман полагал, что проведенная работа над улучшением корпоративного имиджа эффективна лишь в будущем, а в краткосрочном периоде – это дополнительные расходы предприятия.

Примерно в это же время появляется теория, противоположная теории корпоративного эгоизма, а именно, теория корпоративного альтруизма. Она известна тем, что ее последователи были сторонниками «заботливого» бизнеса, то есть чем выше прибыль компании, тем больше инвестиций должно быть направлено на наращивание общественного блага и на мероприятия природоохранного характера.

Третья теория, основанная на разумном эгоизме, гласит, что бизнес, построенный на постулатах социальной ответственности, сможет нарастить прибыль в долгосрочной перспективе [4–7]. Безусловно, в краткосрочном периоде вложения в социальные и благотворительные программы существенно сокращают прибыль хозяйствующего субъекта, но в будущем будут служить хорошим маркетинговым ходом для сохранения надежного бизнеса.

Формирование концепции корпоративной социальной ответственности довольно долгий процесс. В современных научных сообществах существуют различные трактовки сущности КСО. В одних источниках социальная ответственность бизнеса представлена как некая концепция, устанавливающая добровольные обязательства экономического субъекта перед обществом, служащего гарантом законности бизнеса и выпускающего только качественные продукты (услуги, работы). Другие склоняются к мнению, что КСО бизнеса представляет собой комплекс мер, направленных на удовлетворение потребностей заинтересованных пользователей и сохранности окружающей среды [8, 9].

Систематизировав существующие в экономической литературе исследования, можно выделить следующие виды КСО и ее индикаторы (рис. 1).

Корпоративная социальная ответственность бизнеса представляет собой социально-экономическую политику хозяйствующего субъекта, направленную на защиту прав и интересов своих сотрудников и общества в целом, включающую мероприятия природоохранного характера и благотворительность в условиях устойчивого развития бизнеса [10].

На наш взгляд, не стоит рассматривать социальную ответственность бизнеса как некую философию компании, необходимо отметить и его юридическую ответственность за свою деятельность. Необходимо заложить в данное понятие получаемый экономический эффект в будущем, грамотное и законное отражение расходов на счетах бухгалтерского учета и в финансовой и нефинансовой отчетности предприятия³.

Исходя из изложенного, на наш взгляд, корпоративную социальную ответственность можно разделить на два вида: внутреннюю и внешнюю.

Внутренняя социальная ответственность проявляется в уровне безопасности труда и стабильности заработной платы сотрудников компании, в развитии человеческих ресурсов, в доле средств, выделенных на дополнительное медицинское и социальное страхование, в низком уровне текучести кадров.

Внешняя социальная ответственность бизнеса – это выделение средств на благотворительность, соблюдение мер и проведение мероприятий по охране окружающей среды, ответственность перед потребителями за качество производимой продукции, оказываемых услуг и работ.

³ Низамутдинов М.М., Мавлиева Л.М., Гайнутдинова З.И., Азимова Д.Х. Формирование внутренней управленческой отчетности / Актуальные проблемы бухгалтерского учета и аудита в условиях стратегического развития экономики: сборник научных трудов по материалам Всероссийской (национальной) научно-практической конференции молодых ученых. Казань, 2021. С. 135–138.

Существуют различного рода индикаторы, которые способствуют формированию оценки результативности корпоративной социальной ответственности в области экономики, экологии и социальной сфере. Если рассматривать экономическую сферу деятельности, то результативность КСО проявляется в производстве качественного продукта, в уровне вклада в развитие человеческих ресурсов, в том числе в добровольном пенсионном обеспечении. На наш взгляд, индикаторами в экологической сфере деятельности служат: энергосбережение, уменьшение выбросов и смягчение воздействия производимых продуктов и услуг на окружающую среду, доля использования вторичного сырья и т.д. В социальной сфере результативность КСО проявляется в уменьшении травматизма на производстве, выделяемых средствах на медицинское страхование, а также во взаимодействии с органами власти по решению вопросов в области социально значимых задач⁴ [11, 12]. На сегодняшний день нет нормативно-правовых основ, которые обязывали бы вести социально ответственный бизнес. Но необходимо отметить, что для успешного бизнеса выполнение ряда задач в области КСО опирается на современные негласные правила, которые показывают, что повышение привлекательности бизнеса и укрепление устойчивости на рынке все больше зависит от решения социально значимых задач общества.

Доля социально ответственного бизнеса возрастет лишь в том случае, если руководство хозяйствующего субъекта сможет оценить и увидеть выгоду от реализации таких задач. На наш взгляд, финансовыми показателями тут могут служить рост капитализации и объемов продаж, увеличение инвестиционных проектов, сокращение производственных затрат. Укрепление сплоченности трудового коллектива, сокращение текучести кадров, укрепление позиции бренда способствуют оценке позиции хозяйствующего субъекта на рынке [13, 14].

Реализация социальных программ в условиях устойчивого развития возможна, когда хозяйствующий субъект выступает не только в качестве субъекта, финансирующего данного рода проекты, но и как объект привлечения дополнительных источников средств со стороны [15]. Данный двухсторонний инструмент реализации социально ответственного бизнеса позволяет расширить границы социальных программ.

На наш взгляд, в условиях устойчивого развития бизнеса такими инструментами являются благотворительные пожертвования и помощь спонсоров посредством выделения денежных средств, а также вклад в социальные программы в натуральной форме (предоставление транспорта и

⁴ *Субаева А.К., Низамутдинов М.М., Мавлеева Л.М., Калимуллин М.Н.* Производительность труда в аспекте цифрового сельского хозяйства / *Сельское хозяйство и продовольственная безопасность: технологии, инновации, рынки, кадры: сборник научных трудов Международной научно-практической конференции, посвященной 100-летию аграрной науки, образования и просвещения в Среднем Поволжье.* 2019. С. 760–766.

оборудования, закупка продукции, погашение кредиторской задолженности субъекта, которому требуется помощь и прочие мероприятия). Вовлечение сотрудников предприятия при реализации социальных программ также является инструментом социального развития. При этом должен соблюдаться ряд условий. Во-первых, участие должно быть добровольным, во-вторых, сотрудникам должно быть выделено свободное время, при необходимости – обучение и совершенствование навыков, которые будут способствовать осуществлению социально ответственного бизнеса. Грамотное делегирование обязанностей сотрудникам позволит без ущерба проводить производственно-хозяйственную деятельность предприятия.

Наиболее традиционным методом финансирования социальных программ для российского бизнеса являются гранты, которые связаны с планированием деятельности компании на долгосрочную перспективу. Корпоративное спонсорство, создание корпоративного фонда являются инструментами реализации социально ответственного бизнеса, придавая деятельности публичный характер и служа своего рода рекламой для компании.

В деятельности многих компаний наиболее распространенным проявлением корпоративной социальной ответственности является общественно значимый маркетинг, например, проценты от продажи конкретного товара направляются на адресную финансовую помощь.

Все перечисленные инструменты по отдельности или в совокупности способствуют развитию корпоративной социальной ответственности на предприятиях различных форм хозяйствования.

Исследуя теоретические основы корпоративной социальной ответственности бизнеса, необходимо уделить внимание принципам ее формирования. Принципы социальной ответственности позволяют установить основные положения, которым необходимо следовать хозяйствующему субъекту, чтобы вести социально ответственный бизнес.

Принципы социальной ответственности бизнеса определяют основные положения, отражающие природу и сущность организации и деятельности по реализации корпоративной социальной ответственности в компании [16]. Согласно международному стандарту ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности»⁵ социально ответственный бизнес должен следовать таким принципам, как подотчетность, прозрачность, этическое поведение, уважение интересов заинтересованных сторон, соблюдение

⁵ Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р ИСО 26000 «Руководство по социальной ответственности» (ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility). URL: <https://media.rsp.ru/document/1/6/4/64150d953949a8b84b2e0c315e8e4318.pdf> (In Russ.)

верховенства закона, соблюдение международных норм поведения и прав человека.

Анализ теоретических подходов к определению сущности и видов, индикаторов социальной ответственности бизнеса позволяет сделать вывод о том, что ведение социально ответственного бизнеса способствует укреплению позиций хозяйствующего субъекта и служит залогом успешной работы на перспективу, так как ведение дел в данном направлении показывает, что руководство компании берет на себя дополнительные обязательства перед своими сотрудниками и обществом в целом по наращиванию их благосостояния и охране окружающей среды.

Рисунок 1

Виды корпоративной социальной ответственности и ее индикаторы

Figure 1

Corporate Social Responsibility: Types and indicators



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. *Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C. et al.* Stakeholder Theory: The State of the Art. Cambridge, U.K., Cambridge University Press, 2010.
2. *Bowen H.R.* Social Responsibilities of the Businessman. New York, Harper & Row, 1953, 276 p.
3. *Друкер П.Ф.* Практика менеджмента. М.: Вильямс, 2007. 397 с.
4. *Краснова М.В.* Исследование сущности корпоративной социальной отчетности // *Международный бухгалтерский учет*. 2011. Т. 14. Вып. 28. С. 13–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-suschnosti-korporativnoy-sotsialnoy-otchetnosti>
5. *Вахрушина М.А., Краснова М.В.* Современные тенденции представления корпоративной социальной отчетности // *Международный бухгалтерский учет*. 2012. Т. 15. Вып. 19. С. 23–27. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-predstavleniya-korporativnoy-sotsialnoy-otchetnosti-1>
6. *Клычова Г.С., Закирова А.Р., Камилова Э.Р.* Развитие бухгалтерского учета социальных инициатив в сельскохозяйственных организациях // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2015. Т. 10. № 1. С. 25–29. URL: http://www.vestnik-kazgau.com/images/archive/2015/1/05_zakirova_kamilova.pdf
7. *Кузубов С.А., Даниленко Н.И., Демчук О.Н.* Корпоративная социальная ответственность как предмет исследования в бухгалтерском учете // *Международный бухгалтерский учет*. 2015. Т. 18. Вып. 17. С. 48–61. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-predmet-issledovaniya-v-buhgalterskom-uchete>
8. *Клычова Г.С., Закирова А.Р., Юсупова А.Р., Камилова Э.Р.* Формирование информации об экологическом воздействии организации для отражения в социальной отчетности с применением IT-технологий // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2018. Т. 13. № 3. С. 122–128. URL: https://doi.org/10.12737/article_5bcf579f8e6691.49081415
9. *Трошина Е.П., Чиждова Т.А.* Исследование подходов к оценке корпоративной социальной ответственности субъектов среднего предпринимательства // *Вестник Самарского государственного экономического университета*. 2021. № 3. С. 63–69. URL: <https://doi.org/10.46554/1993-0453-2021-3-197-63-69>

10. *Клычова Г.С., Закирова А.Р., Валиев А.Р., Зиганшин Б.Г. и др.* Формирование корпоративного механизма управления социально-экономическим развитием предприятий аграрного сектора экономики: монография. М.: Казанский ГАУ, 2021. 171 с.
11. *Алборов Р.А., Концевая С.М., Козменкова С.В.* Развитие методики учета капиталов в системе интегрированной отчетности сельскохозяйственных организаций // *Международный бухгалтерский учет*. 2020. Т. 23. Вып. 8. С. 906–921. URL: <https://doi.org/10.24891/ia.23.8.906>
12. *Акмаров П.Б., Газетдинов М.Х., Князева О.П.* Состояние и основные направления развития цифровой экономики в сельском хозяйстве России // *Вестник Казанского государственного аграрного университета*. 2019. Т. 14. № 1. С. 107–112. URL: https://doi.org/10.12737/article_5ccedf70f3c652.10999055
13. *Голубева Н.А.* Постановка учета эколого-социальной деятельности предприятия в условиях формирования корпоративной социальной отчетности // *Экономический анализ: теория и практика*. 2009. Т. 8. Вып. 27. С. 61–66. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postanovka-ucheta-ekologo-sotsialnoy-deyatelnosti-predpriyatiya-v-usloviyah-formirovaniya-korporativnoy-sotsialnoy-otchetnosti>
14. *Камилова Э.Р.* Формат социальной отчетности сельскохозяйственной организации // *Современные аспекты экономики*. 2015. № 3. С. 114–117.
15. *Карагод В.С.* Принципы и стандарты корпоративного социального учета и отчетности // *Международный бухгалтерский учет*. 2007. Т. 10. Вып. 8. С. 14–21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiipy-i-standarty-korporativnogo-sotsialnogo-ucheta-i-otchetnosti>
16. *Макаров А.С., Логинова А.А.* Корпоративная социальная ответственность, нефинансовая отчетность и развитие методики анализа социально-ответственных инвестиций компании // *Инновационное развитие экономики*. 2017. № 3. С. 146–157. URL: http://www.ineconomic.ru/sites//field_print_version/39-2017.pdf

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

THEORETICAL APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

Guzaliya S. KLYCHOVA ^{a*},
El'vira R. SALAKHUTDINOVA ^b

^a Kazan State Agrarian University (Kazan SAU),
Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
kgaukgs@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1524-0552>

^b Kazan State Agrarian University (Kazan SAU),
Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
salakhutdinovaer@mail.ru
ORCID: not available

* Corresponding author

Article history:

Article No. 641/2021
Received 22 Nov 2021
Received in revised
form 18 Dec 2021
Accepted 23 Dec 2021
Available online
17 January 2022

JEL classification:
M41

Keywords: corporate
social responsibility,
Good Corporate
Citizen, CSR
indicators

Abstract

Subject. This article discusses the problematic aspects associated with theoretical approaches to the formation of corporate social responsibility of organizations of various forms of management.

Objectives. The article aims to study the theoretical foundations of the formation and development of corporate social responsibility of business.

Methods. For the study, we used the methods of comparison, systematization, and data generalization.

Results. The article reveals problematic aspects of formation and presentation of corporate responsibility of business in modern economic conditions. The article offers a classification of indicators of corporate social responsibility, indicators for assessing the effectiveness of socially important business, and it presents principles according to the International Standard ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility*.

Conclusions and Relevance. The role and significance of corporate social responsibility of business should be evaluated not only from the point of view of contribution to socially significant and environmental projects, but from the point of view of economic efficiency for the business itself as well. The results of the study can be applied in the development of the theory of corporate social responsibility and in the practice of socio-economic activities of an economic entity in the context of sustainable business development.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2021

Please cite this article as: Klychova G.S., Salakhutdinova E.R. Theoretical Approaches to the Development of Corporate Social Responsibility of Business. *International Accounting*, 2022, vol. 25, iss. 1, pp. 45–57.
<https://doi.org/10.24891/ia.25.1.45>

References

1. Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C. et al. *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Cambridge, U.K., Cambridge University Press, 2010.
2. Bowen H.R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, Harper & Row, 1953, 276 p.
3. Drucker P.F. *Praktika menedzhmenta* [The Practice of Management]. Moscow, Vil'yams Publ., 2007, 397 p.
4. Krasnova M.V. [A study into the essence of corporate social reporting]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2011, vol. 14, iss. 28, pp. 13–18.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-suschnosti-korporativnoy-sotsialnoy-otchetnosti> (In Russ.)
5. Vakhrushina M.A., Krasnova M.V. [Current trends in the presentation of corporate social reporting]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2012, vol. 15, iss. 19, pp. 23–27.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-predstavleniya-korporativnoy-sotsialnoy-otchetnosti-1> (In Russ.)
6. Klychova G.S., Zakirova A.R., Kamilova E.R. [Development of social initiatives accounting in agricultural organizations]. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Vestnik of Kazan State Agrarian University*, 2015, vol. 10, no. 1, pp. 25–29. URL: http://www.vestnik-kazgau.com/images/archive/2015/1/05_zakirova_kamilova.pdf (In Russ.)
7. Kuzubov S.A., Danilenko N.I., Demchuk O.N. [Corporate social responsibility as a subject of the accounting research]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2015, vol. 18, iss. 17, pp. 48–61. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-kak-predmet-issledovaniya-v-buhgalterskom-uchete> (In Russ.)
8. Klychova G.S., Zakirova A.R., Yusupova A.R., Kamilova E.R. [Formation of information on environmental impact of the organization for reflection in social reports with application of IT technologies]. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Vestnik of Kazan State Agrarian University*, 2018, vol. 13, no. 3, pp. 122–128. (In Russ.)
URL: https://doi.org/10.12737/article_5bcf579f8e6691.49081415

9. Troshina E.P., Chizhova T.A. [Research of approaches to the assessment of corporate social responsibility of medium-sized businesses]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta = Vestnik of Samara State University of Economics*, 2021, no. 3, pp. 63–69. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.46554/1993-0453-2021-3-197-63-69>
10. Klychova G.S., Zakirova A.R., Valiev A.R., Ziganshin B.G. et al. *Formirovanie korporativnogo mekhanizma upravleniya sotsial'no-ekonomicheskim razvitiem predpriyatii agrarnogo sektora ekonomiki: monografiya* [Formation of a corporate mechanism for managing the socio-economic development of enterprises in the agrarian sector of the economy: a monograph]. Moscow, Kazan SAU Publ., 2021, 171 p.
11. Alborov R.A., Kontsevaya S.M., Kozmenkova S.V. [Developing capital accounting practices in the integrated reporting system of agricultural organizations]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2020, vol. 23, iss. 8, pp. 906–921. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/ia.23.8.906>
12. Akmarov P.B., Gazetdinov M.Kh., Knyazeva O.P. [Condition and main directions of digital economy development in agricultural economy of Russia]. *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta = Vestnik of Kazan State Agrarian University*, 2019, vol. 14, no. 1, pp. 107–112. (In Russ.)
URL: https://doi.org/10.12737/article_5ccedf70f3c652.10999055
13. Golubeva N.A. [Accounting for the environmental and social activities of the enterprise in the conditions of formation of corporate social reporting]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2009, vol. 8, iss. 27, pp. 61–66.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postanovka-ucheta-ekologo-sotsialnoy-deyatelnosti-predpriyatiya-v-usloviyah-formirovaniya-korporativnoy-sotsialnoy-otchetnosti> (In Russ.)
14. Kamilova E.R. [The format of social reporting of an agricultural organization]. *Sovremennye aspekty ekonomiki*, 2015, no. 3, pp. 114–117. (In Russ.)
15. Karagod V.S. [Principles and standards of corporate social accounting and reporting]. *Mezhdunarodnyi bukhgalterskii uchet = International Accounting*, 2007, vol. 10, iss. 8, pp. 14–21.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiipy-i-standarty-korporativnogo-sotsialnogo-ucheta-i-otchetnosti> (In Russ.)

16. Makarov A.S., Loginova A.A. [Corporate social responsibility, non-financial reporting and social responsible investment analysis method development]. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki = Innovative Development of Economy*, 2017, no. 3, pp. 146–157.
URL: http://www.ineconomic.ru/sites//field_print_version/39-2017.pdf (In Russ.)

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.