
НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ И ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ КОРПОРАЦИЙ

Капустина Ирина Александровна, ст. преп.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж,
Россия, 394018; e-mail: irinakapustina.7@mail.ru

Предмет: исследуются проблемы формирования отчетности в области устойчивого развития корпораций в части раскрытия информации о взаимодействии с заинтересованными сторонами. *Цель:* исследование роли заинтересованных сторон в деятельности корпорации, обеспечение и развитие коммуникаций с заинтересованными сторонами для устойчивого развития. *Дизайн исследования:* практический уровень реализации принципов концепции заинтересованных сторон исследован зарубежными и отечественными авторами в части выявления взаимосвязи моделей менеджмента и финансовых результатов деятельности корпорации. Обеспечение условий устойчивого развития корпорации и расширение требований к нефинансовой отчетности предполагают раскрытие влияния социальной ответственности на устойчивость. Понимание характера и качества отношений корпорации с ее ключевыми заинтересованными сторонами, обеспечение правомерных потребностей заинтересованных сторон раскрываются в стандартах GRI Standards 2021 (GRI SRS). *Результаты:* формирование и раскрытие в нефинансовой отчетности информации о взаимодействии с заинтересованными сторонами предполагают реализацию ряда принципов ответственности корпорации, в частности наличие коммуникаций и диалога, необходимость удовлетворения запросов заинтересованных сторон, добровольность и управляемость отношений, маркетинговый подход к взаимодействию выполнения наших обязательств перед заинтересованными сторонами. Раскрытие информации публичной нефинансовой отчетности предполагает систематизацию и обобщение сведений в форматах управленческой отчетности, основные элементы которой (типология заинтересованных сторон, методы работы и результаты взаимодействия с заинтересованными сторонами) представлены в статье.

Ключевые слова: нефинансовая отчетность корпораций, взаимодействие с заинтересованными сторонами, элементы управленческой отчетности.

Введение

Социальная ответственность бизнеса предполагает вклад корпорации в развитие экономической, экологической и социальной сфер общества. Инструментом обеспечения информационной открытости корпораций выступает публичная нефинансовая отчетность, необходимость развития которой предусматривается Распоряжением Правительства Российской Федерации от 5 мая 2017 г. № 876-р, утвердившим Концепцию развития публичной нефинансовой отчетности и план мероприятий по ее реализации (Концепция). Определяя значение публичной нефинансовой отчетности как элемента системы управления, Концепция особо отмечает роль отчетности в развитии коммуникаций с заинтересованными сторонами (рис. 1).

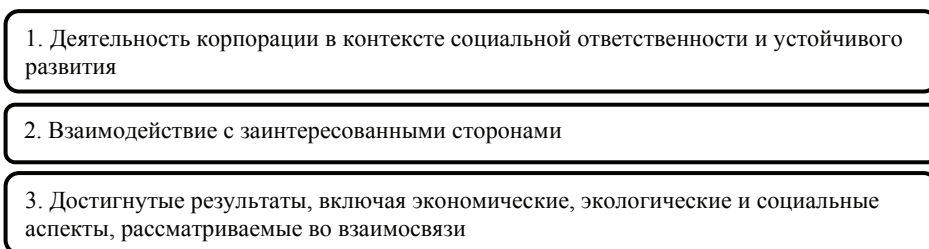


Рис. 1. Информация, раскрываемая в публичной нефинансовой отчетности

Понятие и определение «заинтересованная сторона» введено Э. Фрименом в работе «Стратегическое управление: роль заинтересованных сторон», где окружение корпорации (внешнее и внутреннее) определяется как набор заинтересованных в ее деятельности сторон, включающий «любые индивидуумы, группы или организации, существенно влияющие на принимаемые фирмой решения и/или оказывающиеся под воздействием этих решений» [9]. Рост числа и разнообразия заинтересованных сторон вызвал, по мнению Р.Э. Фримена, необходимость нового взгляда на корпорацию, включающего «все группы и всех индивидуумов...играющих жизненно важную роль в успехе делового предприятия в современных условиях» [9]. Практический уровень реализации нормативных принципов концепции заинтересованных сторон в исследованиях Т. Дональдсона и Л. Престона предполагает использование инструментального и дискриптивного измерений, предусматривающих систематизацию и анализ эмпирических сведений. Благов Ю.Е. отмечает «Инструментальное измерение концепции заинтересованных сторон направлено на выяснение того, что необходимо делать для получения того или иного конкретного результата» [1]. Один из подходов к исследованию взаимодействия корпорации с заинтересованными сторонами в контексте инструментального измерения предложен Т. Джонсоном в работе «Инструментальная теория заинтересованных сторон: синтез этики и экономики». Признавая неизбежность присутствия проблем обязательств (оппортунизм) в процессе контрактации, Т. Джонсон отмечал: «этические

решения проблем обязательств являются более эффективными, чем механизмы сдерживания оппортунизма, фирмы, которые (через своих менеджеров) устанавливают отношения контрактации со своими заинтересованными сторонами на основе взаимного доверия и сотрудничества, будут иметь конкурентные преимущества перед фирмами, не участвующими в подобной контрактации» [9]. Инструментальное измерение концепции заинтересованных сторон рассматривается в работе Ш. Бермана, А. Викаса, С. Кота и Т. Джонса «Имеет ли значение ориентация на заинтересованные стороны? Взаимосвязь между моделями менеджмента заинтересованных сторон и финансовыми результатами деятельности фирмы». В работе рассматриваются две альтернативные модели – «стратегического менеджмента заинтересованных сторон» и «внутренних обязательств перед заинтересованными сторонами». Модель стратегического менеджмента заинтересованных сторон подразумевает, что природа и степень внимания менеджеров к заинтересованным сторонам определяется преимущественно возможностью улучшения финансовых результатов деятельности корпорации. Авторы отмечают: «Фирма рассматривает заинтересованные стороны как часть среды ведения бизнеса, которой можно управлять с целью обеспечения доходов, прибыли и, конечно, возврата инвестиций...короче говоря, менеджмент заинтересованных сторон является средством достижения цели» [5]. Модель стратегического менеджмента заинтересованных сторон содержит две версии «прямого воздействия» и «модерирования». Первая версия предусматривает взаимодействие с заинтересованными сторонами с целью достижения прямого финансового эффекта, но независимо от общей стратегии развития корпорации. Во второй модели стратегия направлена на улучшение финансовых показателей корпорации посредством использования всей системы заинтересованных сторон.

Модель внутренне присущих обязательств полагает, что корпорация формулирует фундаментальные моральные принципы, определяющие характер ведения бизнеса как ответственного перед заинтересованными сторонами и используемые при принятии управленческих решений. «Чтобы достичь инструментальных преимуществ, фирма должна быть вовлечена в этические отношения с заинтересованными сторонами независимо от ожидаемых результатов такого взаимодействия» отмечают авторы. Для измерения воздействия отношений с заинтересованными сторонами на финансовые показатели деятельности корпорации авторы использовали базу данных индексов KLD, включающих информацию по пяти переменным (рис. 2).

В качестве финансового показателя использована рентабельность активов. Расчеты показали, что существенное возрастание финансовых показателей наблюдалось при использовании модели прямого воздействия, а статистически значимым оказалось влияние двух переменных: отношений с работниками и безопасности и качества продукта. Для модели модерирования позитивное воздействие на связь стратегии с финансовыми показателями корпорации оказывали все анализируемые переменные. Анализ

использования модели внутренне присущих обязательств перед заинтересованными сторонами не выявил повышения показателя рентабельности активов [5]. По мнению авторов, результаты обусловлены невосприимчивостью методикой факторов мотивации и ценности менеджеров, а также отсутствием комплексной системы оценки деятельности корпорации, включающей в себя не только финансовые показатели.

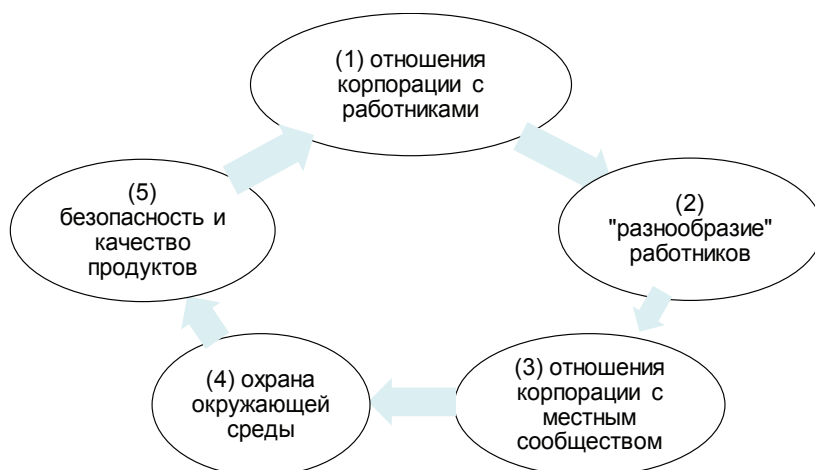


Рис. 2. Переменные индексов KLD

В 2001 году А. Маквилъямс и Д. Зигель разработали модель «спроса и предложения КСО» - альтернативную инструментальную трактовку концепции заинтересованных сторон. Проведенное авторами исследование показало возможность наличия «идеального уровня КСО», позволяющего максимизировать прибыль, одновременно удовлетворяя спрос со стороны заинтересованных сторон, на основе анализа затрат и результатов. Максимизация прибыли возможна при достижении уровня КСО, на котором возросшие доходы (от возросшего спроса) будут равны более высоким издержкам (от использования ресурсов), что позволит удовлетворить ожидания релевантных заинтересованных сторон, формирующих спрос на КСО (потребителей, работников, местного сообщества), так и собственников фирмы (акционеров) [12].

Первая версия дискриптивной концепции заинтересованных сторон предложена С. Бреннером и П. Кохреном и включала следующие утверждения:

1. Фирмы и/или организации должны отвечать определенным потребностям своих заинтересованных сторон в качестве условия поддержания своего существования.

2. Фирмы и/или организации способны осознавать релевантные потребности своих заинтересованных сторон путем изучения ценностей и интересов.

3. Управление фирмами и/или организациями подразумевает структурирование и внедрение процессов выбора между различными заинтересованными сторонами.

4. Идентификация заинтересованных сторон организации с их разнообразными ценностями и интересами, определение относительной важности каждой ценности для отдельных заинтересованных сторон, относительной значимости ценностного позиционирования каждой заинтересованной стороны, а также природы процессов ценностного выбора используются для получения информации, необходимой для понимания организационного поведения. В качестве инструмента анализа авторами разработана матрица ценностей и влияния заинтересованных сторон, включающая перечень заинтересованных сторон, относительный вес их влияния, релевантные ценности, вес, который каждая заинтересованная сторона занимает в ценности [6] (рис. 3).



Рис. 3. Матрица ценностей, релевантных заинтересованным сторонам

Типология заинтересованных сторон предложена директором Центра корпоративной социальной деятельности факультета менеджмента, университета Торонто М. Кларксоном [7] (рис. 4).

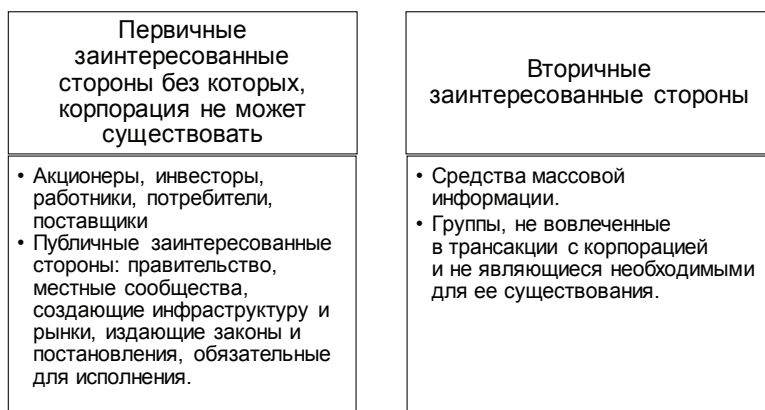


Рис. 4. Типология заинтересованных сторон

Типология заинтересованных сторон, разработанная бельгийским исследователем И. Фассином [8], представлена на рис. 5.

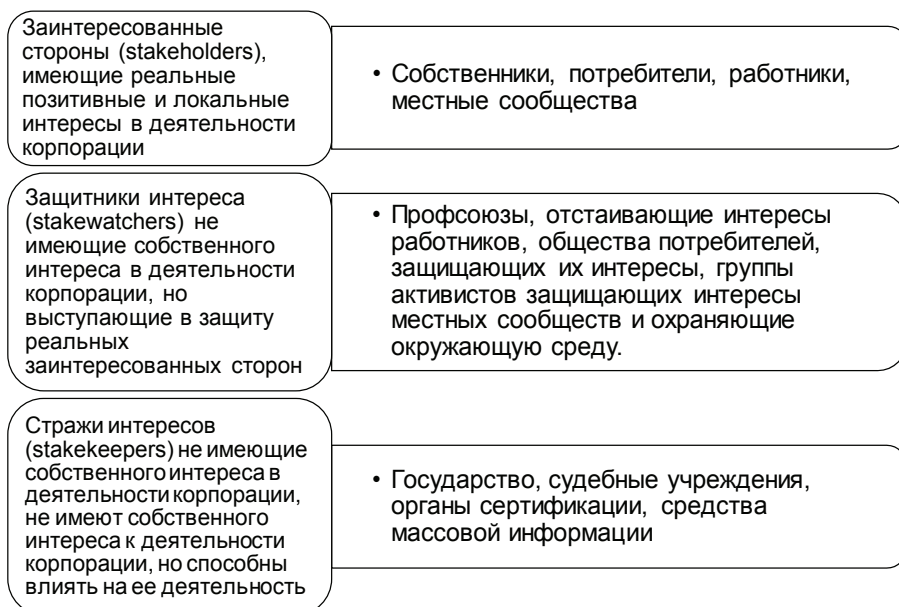


Рис. 5. Типология заинтересованных сторон

По мнению И. Фассина, корпорация осуществляет социальную ответственность по отношению к реальным заинтересованным сторонам, но не к «защитникам» и «стражам», однако, группа «стражей интереса» способна активно воздействовать на формирование КСО конкретной корпорации. Характеризуя развитие дискриптивного измерения концепции заинтересованных сторон, Благов Ю.Е. подчеркивает попытку анализа относительно широкого числа факторов, определяющих характер реального взаимодействия корпораций и менеджеров с заинтересованными сторонами, а также уточнения критериев идентификации последних. «В то же время принципиальная задача разработки типологии заинтересованных сторон, позволяющей управленцам эффективно решать задачу их ранжирования, так и остается до конца не разрешенной», отмечает Благов Ю.Е. [1].

По мнению Благова Ю.Е.: «Дискуссия о синтетическом характере концепции заинтересованных сторон развивалась в двух основных взаимосвязанных направлениях. Первым из них стало логическое интегрирование содержательных отношений с заинтересованными сторонами в концепцию корпоративной социальной деятельности, или интерпретации концепции заинтересованных сторон как альтернативной темы, воспроизводящей в ином контексте логику «принципы-процессы-результаты. ...Второе направление в известном смысле, означающее переход дискуссии в новое качество, поставило под сомнение правомерность самой дихотомии нормативного и позитивного как методологической основы анализа заинтересованных

сторон» [1]. В формировании первого направления существенное значение имела статья М. Кларксона «Использование концепции заинтересованных сторон для анализа и оценки корпоративной социальной деятельности», где отмечалось: «Корпоративная социальная деятельность может быть более эффективно проанализирована и при помощи подхода, основанного на управлении отношений корпорации с ее заинтересованными сторонами, чем в рамках модели и методологии, основанных на концепциях, описывающих корпоративные социальные ответственность и восприимчивость». М. Кларксон полагал, что управление заинтересованными сторонами наполняет понятным для менеджеров содержанием всю модель корпоративной социальной деятельности: «Менеджеры обучены управлять процессами производства, маркетингом, финансами, аккаунтингом и человеческими ре-

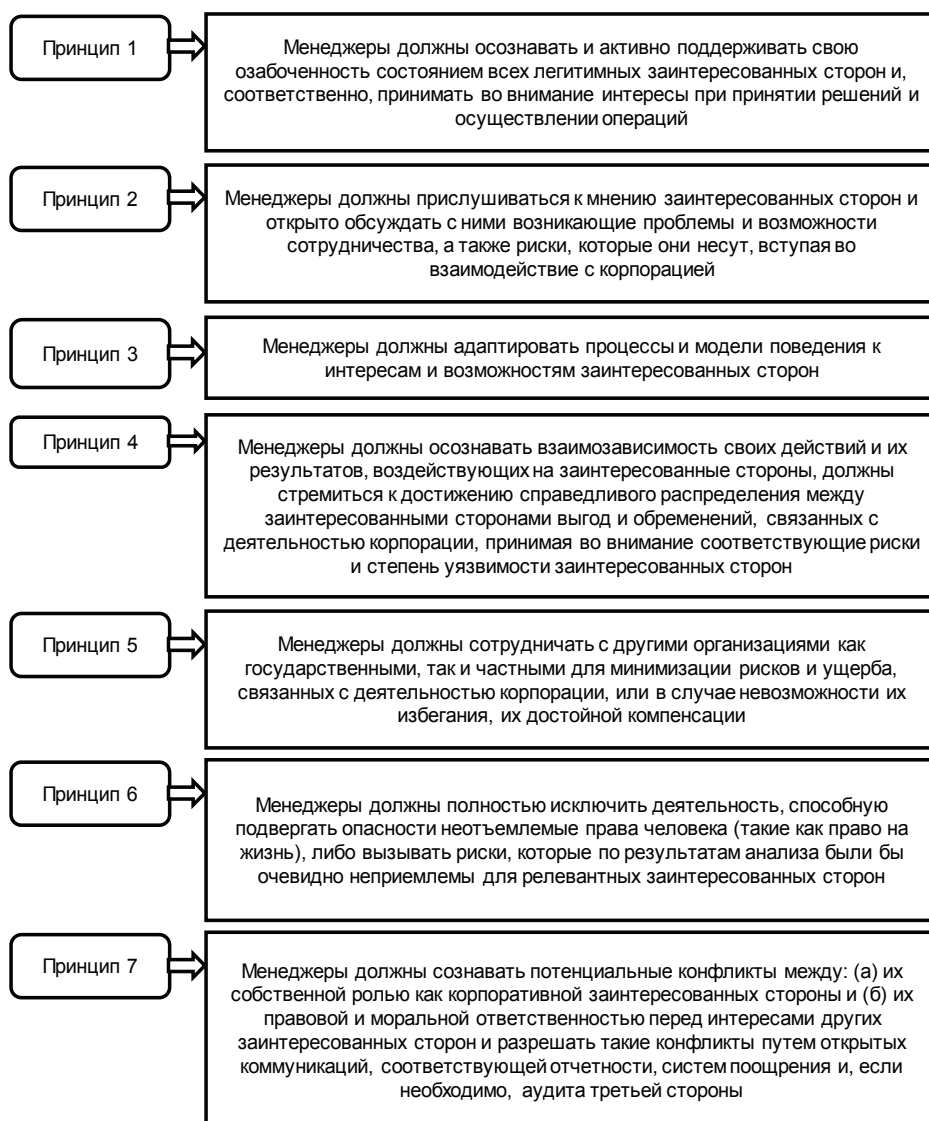


Рис. 6. Принципы управления заинтересованными сторонами

сурсами. Менеджеры понимают значение ответственности в контексте своих функциональных дисциплин и представляют себе смысл ответственности за результаты своих решений. Обязательства и ответственность перед потребителями, акционерами, работниками и иными важными группами принимаются большинством компаний вместе с соответствующими формами отчетности» [7]. Принципы управления заинтересованными сторонами, разработанные М. Кларксоном, [7] представлены на рис. 6.

Эмпирические исследования проблем отношений бизнеса и общества проведены Д. Вудом и Р. Джонсом, рассматривающими заинтересованные стороны как «участники системы взаимоотношений, на которую все заинтересованные стороны воздействуют, и ни одна из них не может полностью контролировать» [13].

Второе направление дискуссии о синтетическом характере концепции заинтересованных сторон представлено, в частности, в работах Фримена, Т. Джона, Э. Вика, Т. Доналдсона, С. Веламури. Т. Джон и Э. Вик полагают: «Если целью корректного нормативного умозаключения о заинтересованных сторонах является поддержка уровня морали в жизнеспособной, продуктивной организации, то достижение этой цели не должно (1) препятствовать выживанию людей в этой организации или (2) являться помехой реализации основной миссии организации – прибыльного производства товаров или предоставления услуг в рыночной экономике» [11]. Отмечая необходимость ответственности корпорации перед заинтересованными сторонами, Э. Фримен и С. Веламури сформулировали четыре уровня обязательств, соответствующих уровням развития ответственности (рис. 7) [5].

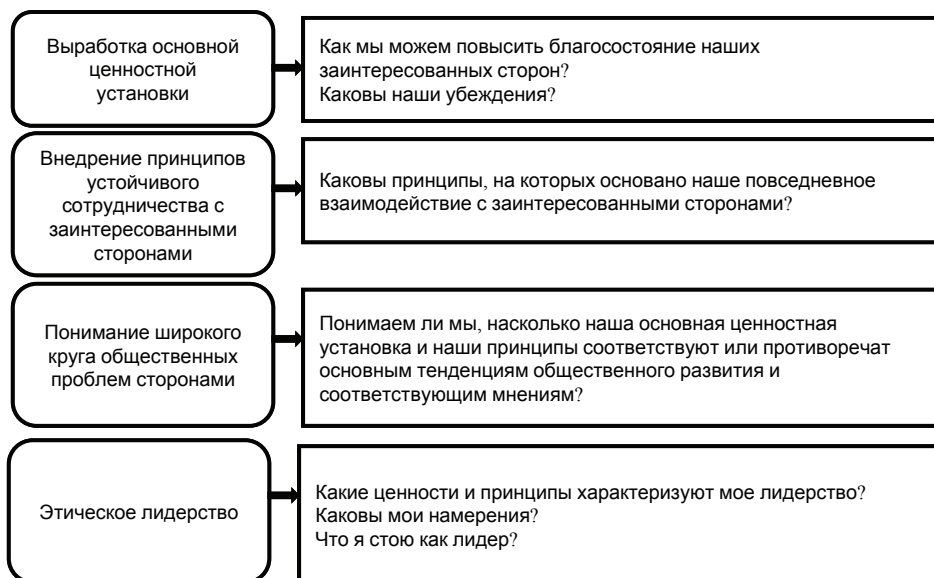


Рис. 7. Уровни обязательств, соответствующие уровням развития ответственности корпорации перед заинтересованными сторонами

Реализация обязательств на четырех уровнях ответственности основывается на принципах ответственности корпорации перед заинтересованными сторонами [6] (рис. 8).

1. Мы рассматриваем интересы заинтересованных сторон как взаимосвязано развивающиеся с течением времени
2. Мы рассматриваем в качестве заинтересованных сторон реальных людей, у которых есть имена, лица, семьи, они представляют собой сложные объекты
3. Мы ищем решения проблем, позволяющие одновременно удовлетворять запросы многих заинтересованных сторон
4. Мы вовлечены в интенсивные коммуникации и диалог со всеми заинтересованными сторонами, а не только с кажущимися нам «дружественными»
5. Мы придерживаемся философии добровольности - управляем отношениями с заинтересованными сторонами, самостоятельно не оставляя их на печение государства
6. Мы всемерно применяем маркетинговый подход к взаимодействию с заинтересованными сторонами
7. Все, чем мы занимаемся, служит интересам наших заинтересованных сторон. Мы не противопоставляем одни интересы другим в течение длительного времени
8. Мы ведем переговоры с «первичными» и «вторичными» заинтересованными сторонами
9. Мы постоянно отслеживаем и перенастраиваем процессы ведения нашего бизнеса с целью улучшения удовлетворения запросов наших заинтересованных сторон
10. Мы работаем с целью выполнения наших обязательств перед заинтересованными сторонами, но стремимся соответствовать как их, так и нашим ожиданиям

Рис. 8. Принципы ответственности корпорации перед заинтересованными сторонами

Основы стандартов 2021 г. (GRI 1)	Общие элементы отчетности 2021 г. (GRI 2)	Существенные темы 2021 г. (GRI 3)
Заинтересованные стороны – это лица или группы, на интересы которых оказывает или может оказать воздействие деятельностью корпорации. Группами заинтересованных сторон являются: деловые партнеры; гражданские общества; потребители, клиенты; сотрудники, правительства, местные сообщества; неправительственные организации; акционеры и иные инвесторы; поставщики; профсоюзы; иные зависимые стороны.	Направления и порядок взаимодействия с заинтересованными сторонами при осуществлении корпорации текущей деятельности для достижения целей устойчивого развития. Следует раскрыть: фактическое и потенциальное взаимодействие с заинтересованными сторонами (периодичность участия, консультаций, информирования); заслуживающие доверия заинтересованные стороны, уполномоченные организации; мероприятия по взаимодействию (организационный уровень, площадки, проект; финансовые и человеческие ресурсы).	Полный перечень заинтересованных сторон. Подходы к взаимодействию с группами риска, устранение барьеров, ограничивающих участие заинтересованных сторон в публичных форумах, собраниях. Обеспечение уважения прав заинтересованных сторон (неприкосновенность частной жизни, свобода выражения мнений, право на мирные собрания, протесты). Причины отказа от сотрудничества с заинтересованными сторонами (коррупция, нанесенный ущерб, иные).

Рис. 9. Раскрытие информации о заинтересованных сторонах в отчетности в области устойчивого развития

Элементы концепции заинтересованных сторон являются элементами концепции КСО, а также стратегии бизнеса – корпоративное гражданство, корпоративное устойчивое развитие. Понимание характера и качества отношений корпорации с ее ключевыми заинтересованными сторонами, обеспечение правомерных потребностей заинтересованных сторон раскрывается в ряде стандартов GRI Standards 2021 (GRI SRS) (рис. 9).

Подготовка отчетности в области устойчивого развития на основании стандартов GRI серии 400 «Социальные стандарты» предполагает использование менеджерами подразделений корпорации 17 стандартов, информирующих заинтересованные стороны о занятости, взаимоотношениях сотрудников и руководства, охране труда и технике безопасности, обучении, образовании и многих других социальных индикаторах. Формирование отчетности в области устойчивого развития осуществляется посредством обобщения информации управленческой отчетности, включающей элементы, представленные на рис. 10.



Рис. 10. Элементы управленческой отчетности о взаимодействии с заинтересованными сторонами

Формирование информации о взаимодействии корпорации с местными сообществами на основании стандарта GRI 413 «Местные сообщества» представлено на рис. 11.

Информация о сотрудничестве с местными сообществами формируется взаимодействующими подразделениями в форматах управленческой отчетности, утверждаемых локальным актом корпорации, и является основой раскрытия сведений в публичной нефинансовой отчетности. Виды, периодичность, порядок составления управленческой отчетности представлены в ряде работ [2, 3, 4]. Управленческая отчетность раскрывает типологию заинтересованных сторон отдельных подразделений корпорации, характер и результаты взаимодействия с заинтересованными сторонами, индикаторы, характеризующие сотрудничество.



Рис. 11. Информация отчетности в области устойчивого развития о взаимодействии с местными сообществами

Заключение

Актуальность взаимодействия с заинтересованными сторонами обусловлена влиянием отдельных лиц или групп общества на деятельность корпорации. В отчетности в области устойчивого развития целесообразно раскрыть методы, периодичность, формы взаимодействия с заинтересованными сторонами. Особое внимание при раскрытии информации следует уделять неприкосновенности частной жизни, возможности выражения мнений, обеспечению права на собрания, иным составляющим взаимодействия. Полный перечень заинтересованных сторон определить достаточно трудно вследствие наличия факторов, ограничивающих участие заинтересованных сторон в обеспечении устойчивого развития корпорации и общества в целом. Формирование публичной нефинансовой отчетности целесообразно осуществлять последовательно, на основе систематизации информации управленческой отчетности. Принятие Федерального закона о публичной нефинансовой отчетности обеспечит формирование системы нормативного регулирования, унификацию содержания отчетности и возможность принятия заинтересованными сторонами экономических решений об устойчивости развития корпорации.

Список источников

1. Благов Ю.Е. *Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции* / Высшая школа менеджмента СПбГУ. Санкт-Петербург, Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. 272 с.
2. Сапожникова Н.Г. Корпоративные стандарты и формирование интегрированной отчетности // Н.Г. Сапожникова, Х.К.К. Ал-Халфи // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2022, no. 3 (147), с. 105-114.
3. Сапожникова Н.Г. О развитии нефинансовой отчетности в России / Н.Г. Сапожникова, Б.К.М.А. Эльвия // *Современная экономика: проблемы и решения*, 2018, no. 4 (100), с. 85-94.
4. Сапожникова Н.Г. Экологическая категория отчетности об устойчивом развитии корпорации / Н.Г. Сапожникова, М.В. Ткачева // *Международный бухгалтерский учет*, 2021, т. 24, no. 10 (484), с. 1103-1122.
5. Berman S.L., Wicks A.C., Kotha S., Jones Th.M. Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance // *Academy of Management Journal*, 1999, no. 42(8), pp. 488-506.
6. Brenner S.N., Cochran P.L. The stakeholder of the firm: implications for business and society theory and research // *IABS Proceeding*, 1991, pp. 449-467.
7. Clarkson M. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance // *Academy of Management Review*, 1995, no. 20(1), pp. 92-117.
8. Fassin Y. The stakeholder model refined // *Journal of business Ethics*, 2009, no. 84 (1), pp.113-135.
9. Freeman R.E., Velamuri S.R. *A new approach to CSR company stakeholder responsibility. In: Corporate social responsibility: reconciling aspiration with application. Ed. by A. Kakabadse and M. Morsing. Palgrave Macmillan, N.Y., 2006, pp. 9-23.*
10. Jones Th.M., Wicks A.C. Convergent stakeholder theory // *Academy of Management Review*, 1999, no. 24 (2), pp. 206-221.
11. Jones Th.M. Instrumental stakeholder theory: a synthesis of ethics and economics // *Academy of Management Review*, 1995, no. 20(2), pp. 404-437.
12. Mc Williams A., Siegel D. Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective // *Academy of Management Review*, 2021, no. 26(1), pp. 117-127.
13. Principles of stakeholder management // *Business Ethics Quarterly*, 2002, no. 12 (2), pp.257-264.
14. Wood D., Jones R.E. Stakeholder Mismatching: A theoretical problem in empirical research of corporate social performance // *The International Journal of Organizational Analysis*, 1995, no. 3(3), pp.229-267.

NON-FINANCIAL REPORTING AND STAKEHOLDERS PARTIES TO CORPORATIONS

Kapustina Irina Aleksandrovna, teacher

Voronezh State University, Universitetskaya sq., 1, Voronezh, Russia, 394018; e-mail: irinakapustina.7@mail.ru

Importance: the problems of reporting in the field of sustainable development of corporations in terms of disclosure of information about interaction with stakeholders are investigated. *Purpose:* study of the role of stakeholders in the activities of the corporation, provision and development of communications with stakeholders for sustainable development. *Research design:* the practical level of implementation of the principles of the concept of stakeholders was studied by foreign and domestic authors in terms of identifying the relationship between management models and the financial results of the corporation's activities. Ensuring the conditions for sustainable development of the corporation and expanding the requirements for non-financial reporting presuppose the disclosure of the impact of social responsibility on sustainability. Understanding the nature and quality of a corporation's relationship with its key stakeholders, meeting the legitimate needs of stakeholders is disclosed in the GRI Standards 2021 (GRI SRS). *Results:* the formation and disclosure of information on interaction with stakeholders in non-financial reporting involves the implementation of a number of corporate responsibility principles, in particular, the presence of communications and dialogue, the need to satisfy the requests of interested parties, voluntariness and manageability of relations, marketing approach to the interaction of the fulfillment of our obligations to the interested parties. Disclosure of information in public non-financial reporting involves the systematization and generalization of information in management reporting formats, the main elements of which (typology of stakeholders, methods of work and results of interaction with stakeholders) are presented in the article.

Keywords: non-financial reporting of corporations, interaction with stakeholders, elements of management reporting.

References

1. Blagov Ju.E. *Korporativnaja social'naja otvetstvennost': jevoljucija koncepcii / Vysshaja shkola menedzhmenta SPbGU. Sankt-Peterburg? Izd-vo «Vysshaja shkola menedzhmenta», 2010. 272 p.*
2. Sapozhnikova N.G. Korporativnye standarty i formirovanie inte-grirovannoj otchetnosti / N.G. Sapozhnikova, H.K.K. Al-Halfi. *Sovremennaja jekonomika: problemy i reshenija*, 2022, no. 3 (147), pp. 105-114. (In Russ.)
3. Sapozhnikova N.G. O razvitii nefi-

- nansovoj otchetnosti v Rossii / N.G. Sapozhnikova, B.K.M.A. Jel'vija. *Sovremennaja jekonomika: problemy i reshenija*, 2018, no. 4 (100), pp. 85-94. (In Russ.)
4. Sapozhnikova N.G. Jekologicheskaja kategorija otchetnosti ob ustojchivom razvitii korporacii / N.G. Sapozhnikova, M.V. Tkacheva. *Mezhdunarodnyj buhgalterskij uchet*, 2021, t. 24, no. 10 (484), pp. 1103-1122. (In Russ.)
5. Berman S.L., Wicks A.C., Kotha S., Jones Th. M. Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance. *Academy of Management Journal*, 1999, no. 42(8), pp. 488-506. (In Eng.)
6. Brenner S.N., Cochran P.L. The stakeholder of the firm: implications for business and society theory and research. *IABS Proceeding*, 1991, pp. 449-467. (In Eng.)
7. Clarkson M. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 1995, no. 20(1), pp. 92-117. (In Engl.)
8. Fassin Y. The stakeholder model refined. *Journal of business Ethics*, 2009, no. 84 (1), pp. 113-135. (In Eng.)
9. Freeman R.E., Velamuri S.R. A new approach to CSR company stakeholder responsibility. In: *Corporate social responsibility: reconciling aspiration with application*. Ed. by A. Kakabadse and M. Morsing. Palgrave Macmillan, N.Y., 2006, pp. 9-23. (In Eng.)
10. Jones Th.M., Wicks A.C. Convergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, 1999, no. 24 (2), pp. 206-221. (In Eng.)
11. Jones Th.M. Instrumental stakeholder theory: a synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*, 1995, no. 20(2), pp. 404-437. (In Eng.)
12. Mc Williams A., Siegel D. Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 2021, no. 26(1), pp. 117-127. (In Eng.)
13. Principles of stakeholder management. *Business Ethics Quarterly*, 2002, no. 12 (2), pp. 257-264. (In Eng.)
14. Wood D., Jones R.E. Stakeholder Mismatching: A theoretical problem in empirical research of corporate social performance. *The International Journal of Organizational Analysis*, 1995, no. 3(3), pp. 229-267. (In Eng.)