



**Экономика, организация
и управление предприятиями,
отраслями, комплексами**

Научная статья

УДК 65.01

DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2021.4/3659>

JEL: L59; M14

**Развитие корпоративной социальной ответственности
промышленных предприятий Воронежской области:
институциональный и организационный аспекты**

Л. М. Никитина^{1✉}, Ю. А. Перцева²

^{1,2} Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1,
394018, Воронеж, Российская Федерация

Предмет. Текущее десятилетие мировым сообществом признано «десятилетием решительных действий», направленных на активную борьбу с многочисленными социальными и экологическими проблемами. Решение поставленной задачи невозможно без мобилизации усилий бизнеса. В этой связи актуальность приобретает корпоративная социальная ответственность (далее – КСО), а также вопрос интеграции ее принципов в деятельность бизнес-структур. Поскольку промышленный сектор характеризуется наиболее существенным влиянием на окружающую среду и местное сообщество, привлечением значительного числа трудовых ресурсов, особый интерес представляет реализация КСО промышленными предприятиями.

Цель. Анализ и оценка перспектив развития КСО промышленных предприятий Воронежской области.

Методология. Для проведения исследования использовалась количественная стратегия сбора и анализа информации. Эмпирическую базу составили данные анкетного опроса 30 промышленных предприятий Воронежской области.

Результаты. Эмпирическое исследование позволило сформировать общую картину понимания и реализации КСО промышленными предприятиями Воронежской области в части: состава основных программ и адресатов КСО; используемых в деятельности международных и национальных стандартов КСО и формирования внутренних институтов развития КСО; характера и форм взаимодействия предприятий с государством и некоммерческими организациями, оценки перспектив и барьеров развития КСО.

Выводы. Социальная ответственность непубличных региональных промышленных предприятий остается фрагментарной. Наблюдается разрыв между актуальным содержанием КСО, его пониманием управленческими кадрами предприятий и текущей реализацией социальных программ в практической деятельности. Все действия промышленных предприятий в области КСО являются продолжением их технико-технологических процессов или бизнес-процессов. Внепроизводственной деятельности предприятия уделяют мало внимания. Предприятия не заинтересованы в раскрытии информации о своей деятельности, снижении неблагоприятного воздействия на окружающую среду, участии в жизнеобеспечении территорий присутствия и формировании гражданского общества. Предприятия действуют как закрытые системы, существующие вне общества. В целях развития КСО региональных промышленных предприятий предложен комплекс мер (финансово-экономических, организационных, информационно-просветительских), актуализирующий содержание региональной промышленной политики.

Ключевые слова: социальная ответственность, стейкхолдеры, социальные программы, нефинансовая (социальная) отчетность, промышленность.

Для цитирования: Никитина Л. М., Перцева Ю. А. Развитие корпоративной социальной ответственности промышленных предприятий Воронежской области: институциональный и организационный аспекты // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 4. С. 3–22. DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2021.4/3659>

Введение

Пик развития концептуальных и эмпирических исследований КСО в России пришелся на период 2004–2014 гг. В этот отрезок времени были опубликованы ведущие программные документы авторитетных организаций (Социальная хартия российского бизнеса; Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности, Базовые индикаторы результативности и др.), аналитические обзоры с оценками текущего состояния и перспектив развития КСО в России (Доклад о социальных инвестициях; Аналитические обзоры корпоративных нефинансовых отчетов; Лидеры корпоративной благотворительности и др.), был подготовлен и введен в действие профильный национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 26000-2012 «Руководство по социальной ответственности», зафиксировавший четкое определение и систему управленческих действий для практической реализации социальной ответственности в организации.

Начиная с 2012 г. наблюдался рост интереса государства к вопросам КСО. Непосредственно в 2012 г. была инициирована работа по подготовке Концепции развития публичной нефинансовой отчетности. В 2015 г. Россия вместе с другими странами – членами ООН присоединилась к достижению 17 целей устойчивого развития на период до 2030 г. Данное глобальное обязательство предполагает разработку и реализацию национальных проектов и программ по социальной ответственности. В 2016 г. 175 стран, включая Россию, подписали Парижское соглашение, взяв на себя обязательства по продвижению мероприятий по сокращению выбросов парниковых газов в корпоративной среде, в том числе путем разработки целевых показателей и специального формата отчетности. В России 2017 г. ознаменовался подготовкой Проекта федерального закона «О публичной нефинансовой отчетности».

В 2020 г. тема КСО в стране приобрела особую актуальность. Ситуация, связанная с распространением новой коронавирусной инфек-

ции COVID-19, продемонстрировала важность активной социальной позиции бизнес-структур, а также консолидации усилий государства и бизнеса в решении подобных масштабных социальных проблем.

Объектом данного исследования выступил сектор промышленных предприятий, занимающихся переработкой сырья (обрабатывающая промышленность). По оценкам Банка России промышленность остается драйвером экономического развития Воронежской области на фоне наблюдаемого падения в других производственных секторах (рис. 1). Промышленное производство региона в целом за 2020 г. выросло на 3,8 % (тогда как в России снизилось – на 2,9 %), в том числе в обрабатывающих производствах – на 2,2 %¹. Предприятия промышленности являются одними из ключевых работодателей области. Среднесписочная численность работников промышленных видов деятельности составляет 142,9 тыс. человек, или 21,7 % от показателя по области в целом. В частности, численность работников в обрабатывающих отраслях – 109,1 тыс. человек.

Следует отметить, что первый квартал 2021 г. был богат отраслевыми инициативами в сфере КСО. В феврале 2021 г. в Минпромторге России создан экспертный совет по устойчивому промышленному развитию. Целью его функционирования является внедрение новых методик по направлению достижения 17 целей устойчивого развития на промышленных предприятиях, находящихся в ведении Минпромторга России². В конце марта 2021 г. утвержден новый праздник – День качества (празднуется во второй четверг ноября). Социальная значимость праздника заключается в том, что он призван, во-первых, способствовать повышению уровня грамотности населения в области безопасности и

¹ Информационно-аналитический обзор Воронежская область № 1 Центрального банка РФ. Воронеж, март 2021.

² В Минпромторге России образован экспертный совет по устойчивому промышленному развитию // Минпромторг России. URL: https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!lv_minpromtorge_rossii_obrazovan_ekspertnyy_sovet_po_ustoychivomu_promyshlennomu_razvitiyu

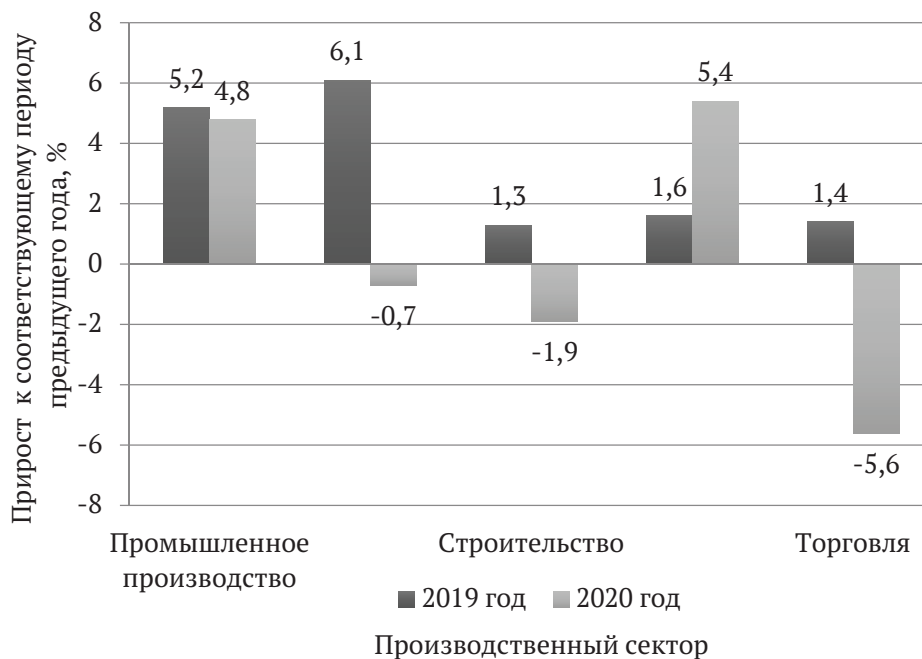


Рис. 1. Динамика производства в Воронежской области

качества продукции, а, во-вторых, стимулировать предприятия к большей открытости перед обществом и совершенствованию производственных процессов³.

Промышленный сектор традиционно несет большое количество угроз экологического характера, отличается сложными условиями труда и оказывает серьезное воздействие на местное сообщество. В соответствии с этой целью нашего исследования выступили анализ и оценка перспектив развития КСО промышленных предприятий Воронежской области.

Обзор эмпирических исследований социальной ответственности

Эмпирические исследования, посвященные КСО, проводятся учеными из различных стран мира [10; 12], мы в большей степени уделили внимание работам, выполненным в России.

Исследование Л. М. Никитиной, Е. И. Раснер [6], проведенное в 2008 г., является одной из первых работ, рассматривающих региональный аспект развития КСО. Авторы статьи оценили фактическое состояние КСО и ее осмысление представителями воронежских компаний, определили направления развития КСО: повышение внимания органов власти к проблеме КСО; преобразование системы государ-

ственных и негосударственных институтов, обеспечивающих развитие КСО; повышение качества деловой культуры; повышение информационности открытости. Последующее исследование Л. М. Никитиной 2009 г. позволило выделить отдельные факторы, детерминирующие характер и степень развития КСО [5].

И. О. Сердобольская, А. Н. Мухамедшина [7] выявили позиции крупных предприятий промышленного птицеводства относительно ключевых проблем реализации КСО, способов их решения и перспектив расширения соответствующих практик. Особое внимание в работе уделялось вопросу взаимодействия бизнеса, государства и гражданского общества. Так, авторами были предложены три модели взаимодействия бизнеса и государства в социальной сфере: совместное определение приоритетов социальной политики государством и бизнесом; приоритеты социальной политики определяет государство, при этом бизнес реализует соответствующие социальные программы; раздельная деятельность государства и бизнеса в социальной сфере.

Ю. Е. Благов и др. определили понимание российскими компаниями концепции КСО, степень интеграции КСО в корпоративную стратегию, уровень и характер взаимодействия с заинтересованными сторонами. Один из ключевых выводов исследователей касался взаимоотношений компаний со стейкхолдера-

³ В России появится новый праздник – День качества // Минпромторг России. URL: https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!den_kachestva

ми: «управление взаимодействием с заинтересованными сторонами воспринимается как управление рисками, которые исходят от действий заинтересованных сторон, а не как процесс совместного создания ценности для бизнеса и общества» [1].

В исследовании Н. П. Советовой, Е. С. Лапцовой, Н. Ю. Судаковой [8] анализируется многообразие мнений о сущности КСО в лице представителей органов власти и местного самоуправления и гражданского сектора Вологды. Было установлено, что взгляды различных экспертных групп на КСО имеют существенные расхождения. По мнению авторов, социальная ответственность на практике является продуктом взаимодействия всех сегментов «городского сообщества», т. е. её развитие зависит и от того, смогут ли они прийти к диалогу.

Л. М. Чеглакова, Б. С. Батаева, О. А. Мелитонян [9] рассматривают, какими ключевыми чертами обладает социальная ответственность субъектов малого и среднего предпринимательства. В рамках статьи исследователи опровергают предположение, что КСО следует рассматривать исключительно в контексте крупных компаний. При этом социальная ответственность малых и средних предприятий проявляется в заботе о клиентах и работниках, соблюдении требований законодательства с целью достижения долгосрочных конкурентных преимуществ. Авторы отмечают, что в целом наблюдается совпадение практик социально ответственного поведения с основным бизнесом компании.

Крупные аудиторские и консалтинговые компании периодически публикуют свои отчеты и аналитические материалы, посвященные проблемам КСО.

Обширное исследование с целью определить ситуацию в сфере КСО в десяти странах Центральной Европы и спрогнозировать тенденции развития данного социально-экономического явления проведено Deloitte⁴. Исследование фокусируется на анализе возможностей и препятствий, лежащих на пути к внедрению практик КСО. Авторы приходят к выводу, что активность компаний в области КСО зависит

⁴ Влияние корпоративной социальной ответственности на экономику и общество стран Центральной Европы. Достигнутые результаты и тенденции будущего развития, 2015 год // Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/risk/articles/2016/csr-managers-survey-in-central-europe-2015.html>

от ее правильного восприятия, позиции государства и личной заинтересованности компаний в инвестировании средств в социально ответственные программы.

Применительно к российской практике PWC был проведен опрос членов советов директоров 200 компаний, посвященный вопросам устойчивого развития и КСО⁵. В рамках данного исследования особое внимание было уделено вопросам стратегического планирования и организации КСО как в системе корпоративного управления, так и в структурах менеджмента.

Как можно заметить, эмпирические исследования КСО имеют достаточно широкое распространение, однако в основном подобные исследования охватывают отдельные аспекты КСО. Кроме того, в качестве объекта исследования, как правило, выступают разнообразные предприятия, функционирующие в различных отраслях. В данной статье проанализирован широкий круг вопросов, связанных с КСО, применительно к однородной группе предприятий сферы промышленности Воронежской области.

Материалы и методы исследования

Исследование выполнено с использованием количественной стратегии сбора и анализа данных. Опросным методом сбора информации, соответствующим данной стратегии, выступило анкетирование, которое показало свою эффективность в исследованиях социальной ответственности бизнеса [1; 7-8; 10]. Согласно литературе по методологии, методике и технике эмпирических обследований предприятий [3], анкетирование позволяет собрать однородную информацию по совокупности объектов (предприятий) и представить ее в количественном виде. Также этому методу присуща систематичность и жесткость, создающая основу для охвата крупного массива предприятий, повторения обследования на той же выборке или на иной.

Анкета состояла из 32 полуоткрытых и закрытых вопросов, которые были направлены:

- на определение понимания КСО, основных программ в области социальной ответственности и преимуществ от их реализации;
- выявление адресатов КСО и характера взаимодействия с ними;

⁵ Устойчивое развитие в фокусе внимания советов директоров 2019 год // PWC. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/russian-boards-survey-2019.html>

- установление представления о международных и национальных стандартах КСО;
- определение документов, регламентирующих социально ответственную деятельность предприятий, и подразделений, курирующих вопросы КСО;
- определение особенностей подготовки нефинансовой (социальной) отчетности;
- выявление характера и уровня взаимодействия предприятий с государством и некоммерческими организациями;
- установление перспектив и барьеров развития КСО.

Исследование проводилось в марте 2021 г. Для сбора данных был выбран онлайн-сервис Google Forms. Распространение анкеты осуществлялось через электронную почту, путем направления в адрес предприятий активной ссылки на опрос. Список рассылки состоял из 97 предприятий Воронежской области, занятых в сфере обрабатывающей промышленности, за исключением предприятий, занимающихся производством пищевых продуктов, напитков, табачных изделий, кокса и ядерного топлива. Было собрано 35 полностью заполненных анкет. Далее был проведен анализ всех ответов. Анкеты, которые содержали противоречивые ответы (пять анкет), были исключены. Таким образом, выборочная совокупность составила 30 предприятий.

Доля опрошенных генеральных директоров/директоров составила 20 %, заместителей директоров/главных специалистов – 26,7 %, руководителей структурных подразделений – 46,3 %, другое – 10 %. В категории «другое» были представлены такие должности, как ассистент руко-

водителя, заместитель начальника планово-экономического отдела, старший инспектор по кадрам.

Среди респондентов женщин в два раза больше, чем мужчин – 66,7 % и 33,3 % соответственно.

Критерием определения предприятий по размеру являлась среднегодовая численность работников (рис. 2). К малым относится 26,7 % предприятий, средним – 13,3 %, крупным – 60 %.

По форме собственности большинство (90 %) предприятий-респондентов представляют собой субъекты частного бизнеса, 6,7 % являются субъектами смешанной формы собственности и 3,3 % – государственной.

Выборка состоит преимущественно из непубличных предприятий, имеющих продолжительную историю существования: свыше 10 лет (рис. 3 и рис. 4).

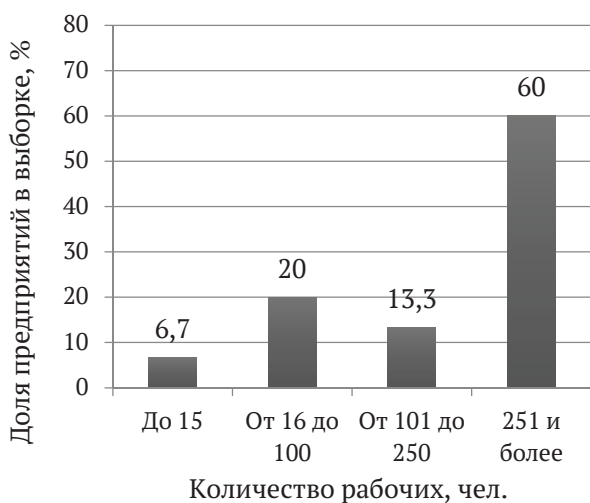


Рис. 2. Распределение предприятий по количеству работников

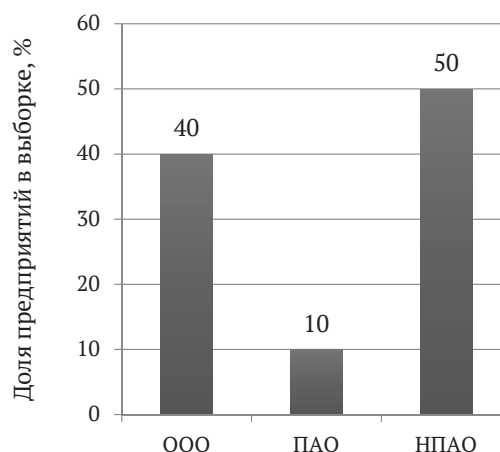


Рис. 3. Организационно-правовая форма исследуемых предприятий

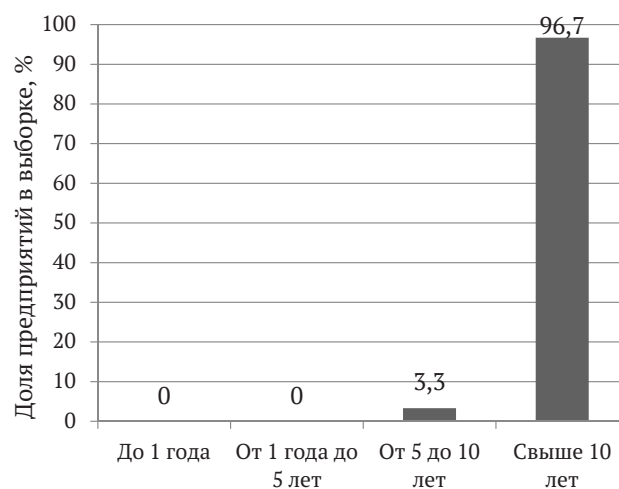


Рис. 4. Распределение предприятий по продолжительности работы на рынке



Рис. 5. Структура выборки по видам деятельности

В разрезе отраслевых направлений обрабатывающей промышленности среди респондентов преобладают производители машин и оборудования и производители электрооборудования, электронного и оптического оборудования, что отражает структуру промышленности Воронежской области (рис. 5). Необходимо отметить, что предприятия, занимающиеся научными исследованиями и разработками, нами также отнесены к предприятиям обрабатывающей промышленности, поскольку соответствующие ОКВЭД у них указаны в качестве дополнительных.

Результаты

Содержание КСО. Несмотря на достаточно широкую популяризацию такого социально-экономического явления, как социальная ответственность бизнеса, его единого общепринятого понимания до сих пор не существует. В настоящее время наиболее точная и емкая трактовка КСО дана в Международном стандарте ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». Под социальной ответственностью понимается ответственность организации за воздействие ее решений и деятельности на общество и окружающую среду через прозрачное и этичное поведение, которое содействует устойчивому развитию, включая здоровье и благосостояние общества, учитывает ожидания заинтересованных сторон, соответствует применяемому законодательству, согласуется с

международными нормами поведения, а также интегрировано в деятельность всей организации и применяется в ее взаимоотношениях [2].

В данном исследовании респондентам было предложено из расширенного перечня элементов КСО выбрать наиболее значимые на их взгляд позиции. Мнения респондентов распределились следующим образом:

- своевременная и полная уплата налогов, страховых взносов, заработной платы сотрудникам (83,3 %);
- следование законам и иным нормативным актам (70 %);
- производство качественной продукции (46,7 %);
- программы развития сотрудников, охрана труда (30 %);
- развитие региона присутствия (20 %);
- бизнес-стратегия, направленная на укрепление конкурентных позиций (13,3 %);
- ответственность перед собственниками: акционерами, владельцами долей (10 %);
- реализация мероприятий по охране окружающей среды (6,7 %);
- информационная открытость, достоверность отчетности (6,7 %);
- этичное отношение с партнерами по бизнесу и поставщиками (6,7 %);
- затруднились ответить (3,3 %).

Основными характеристиками КСО, указанными представителями промышленных пред-

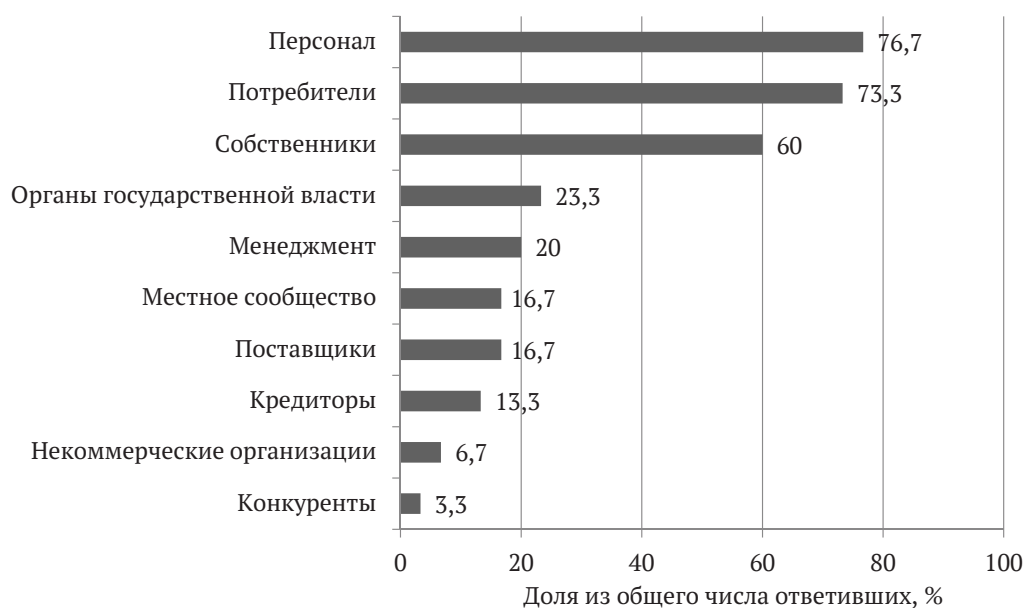


Рис. 6. Интересы каких групп учитывают предприятия (адресаты КСО)

приятый, стали своевременная и полная уплата обязательных платежей и заработной платы сотрудникам, соблюдение законодательных требований, выпуск качественной продукции. Данные позиции соответствуют первоначальному, обязательному уровню КСО, который жестко регламентирован государством. В этом случае к социальной ответственности побуждает изначально страх перед наказанием.

Установление приоритетных направлений социального развития предприятия и формирование адресных социальных программ начинается с идентификации стейкхолдеров. В этой связи заслуживает внимания то, интересы каких групп учитывают предприятия в своей деятельности (рис. 6). В качестве адресатов КСО респонденты выделили достаточно широкий круг стейкхолдеров, однако наиболее приоритетными среди всех оказались традиционные группы: персонал, потребители, собственники.

Обратим внимание, что низкий уровень учета интересов получили такие группы стейкхолдеров, как менеджеры, органы государственной власти и управления, местное сообщество, кредиторы. Относительно первой группы это можно объяснить тем, что менеджеры, являясь непосредственными участниками опроса, представили «взгляд со стороны» без учета собственной позиции. Относительно трех других групп подобная позиция вызывает недоумение. К примеру, по данным Банка Рос-

сии, задолженность по кредитам, выданным промышленным предприятиям – заемщикам Воронежской области, на 1 января 2021 г. составила 187,3 млрд рублей и увеличилась за 2020 г. на 2,6 %, составив 39,7 % в общей сумме задолженности по кредитам, выданным юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям⁶.

В современной теории и практике социально ответственной деятельности выделяют два направления ее реализации: внутренняя КСО, выражающаяся в социально ответственной политике предприятия по отношению к персоналу и собственникам (акционерам, владельцам долей); внешняя КСО, представляющая социальную политику предприятия в отношении местных сообществ и других внешних заинтересованных сторон [4].

В рамках исследования был проведен анализ программ предприятий, реализуемых в области КСО, и частоты их проведения (табл. 1). Несложно заметить, что стабильно, на постоянной основе реализуются программы, связанные с персоналом и безопасностью деятельности. Большинство направлений внешней социальной ответственности остались неохваченными. Крайне ограниченным кругом предприятий проводятся мероприятия по благоустройству территорий присутствия (16,7 %), финан-

⁶ Информационно-аналитический обзор Воронежская область № 1 Центрального банка РФ. Воронеж, март 2021.

Программы, реализуемые предприятиями в области КСО

Программы в области КСО	Постоянно, %	Иногда, %	Не проводятся, %
Развитие персонала	86,7	13,3	0
Проведение культурных, спортивных мероприятий	26,7	53,3	20
Природоохранные мероприятия	43,3	26,7	30
Финансирование образовательных, научных проектов	13,3	46,7	40
Создание безопасных условий труда	93,3	6,7	0
Благоустройство городской инфраструктуры территорий присутствия	16,7	60	23,3
Промышленная безопасность	86,7	13,3	0
Благотворительность	26,7	60	13,3
Ресурсосбережение	56,7	40	3,3
Защита уязвимых групп населения	20	50	30
Инвестиции в сферу здравоохранения	10	26,7	63,3
Спонсорство	16,7	53,3	30
Другое	13,3	40	46,7

сированию образовательных и научных проектов (13,3 %), поддержанию сферы здравоохранения (10 %). Стоит отметить пассивное отношение предприятий к экологическим программам: природоохранные мероприятия проводятся только у 43,3 % предприятий, экономное потребление природных ресурсов – у 56,7 %.

Социально ответственная деятельность приносит предприятию положительные эффекты/конкурентные преимущества. Чаще всего среди ключевых сфер, в которых наиболее вероятно получение преимуществ социально ответственным предприятием, выделяют финансы (J. D. Margolis, J. P. Walsh [14]; J. D. Margolis, H. A. Elfenbein, J. P. Walsh [13]; J. Pelozo [15]), взаимодействие с персоналом, маркетинг и продажи, взаимоотношения с инвесторами и органами власти (M. A. Bashar [11]).

В настоящем исследовании респондентам предлагалось выделить преимущества от социально ответственной деятельности. Наибольшее количество респондентов склонно выделять улучшение деловой репутации, создание позитивного имиджа (80 %), повышение лояльности сотрудников (80 %), повышение финансовых показателей деятельности (40 %). Каждый третий представитель (30 %) считает, что КСО помогает укреплению деловых связей с контрагентами. Улучшение качества управления и повышение инвестиционной привлекательности отмечают 23,3 и 20 % соответственно. Такие эффекты, как повышение эффективности маркетинга и продаж, мотивации потребителей (13,3 %), лояль-

ность со стороны регулятора рынка, государства (10 %) и снижение нефинансовых рисков (3,3 %), были отмечены в меньшей мере.

Необходимо добавить, что основной пользой, получаемой от реализации социально ответственной политики, стало создание позитивного имиджа. Однако по соотношению данного результата с практической деятельностью предприятий в сфере КСО можно заметить расхождение. У респондентов отсутствует понимание того, что имидж, как «эмоциональная» категория, может складываться и без непосредственного контакта с предприятием. Следовательно, создание позитивного имиджа или его улучшение возможно не только за счет реализации внутренних программ, но и внешней ориентации, позиционирования предприятия как активного участника жизни региона.

Планирование и организация КСО. Почти все респонденты (28 из 30) считают свое предприятие социально ответственным, вследствие чего особый интерес представляет вопрос управления КСО на этих предприятиях.

Планирование является первоначальным этапом цикла управления КСО. На этом этапе формируются цели, приоритетные сферы, определяются адресаты ответственности, способы взаимодействия с ними, закладываются индикаторы результативности. Институциональную основу планирования составляют международные и национальные документы. В ходе исследования было установлено, какое представление имеют респонденты о международных и национальных стандартах КСО.

Уровень знания респондентами международных и национальных стандартов в области КСО

Стандарты в области КСО	Да, в деталях, %	Да, в общих чертах, %	Нет, %
Глобальный договор ООН	0	36,7	63,3
17 целей устойчивого развития	3,3	36,7	60
Конвенция МОТ	6,7	46,7	46,7
Парижское соглашение об изменении климата	0	50	50
Социальная хартия российского бизнеса	0	46,7	53,3
Стандарт для оценки социальных аспектов систем управления SA 8000	6,7	23,3	70
ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности»	6,7	30	63,3
ISO 9000 «Менеджмент качества»	50	36,7	13,3
ISO 4000 «Экологический менеджмент»	6,7	53,3	40
Другие стандарты серии ISO	16,7	46,7	36,7
GRI глобальная инициатива по отчетности в области устойчивого развития	3,3	36,7	60
Account Ability 1000 (AA 1000)	0	23,3	76,7
IR1 Международный стандарт по интегрированной отчетности	0	33,3	66,7
Стандарт КСО предприятий Воронежской области	20	40	40
Другое	3,3	36,7	60

Результаты свидетельствуют о том, что представители предприятий не осведомлены о содержании, а иной раз и о существовании авторитетных документов в области КСО, закладывающих принципы и основы понимания социальной ответственности. Ни один из опрошенных не указал, что в деталях знаком с такими ведущими документами, как Глобальный договор ООН, Парижское соглашение об изменении климата, Социальная хартия российского бизнеса. Незначительно, но лучше обстоят дела с системами управления. Половина респондентов в деталях имеют представление о стандарте ISO 9000 «Менеджмент качества». Однако подробное содержание остальных стандартов ISO респондентам едва ли знакомо (табл. 2).

Незнание руководящих документов в области КСО согласуется с ответами, полученными на вопрос об их использовании в деятельности предприятия. Добровольному системообразующему стандарту ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности» следуют 16,7 % предприятий. Наиболее распространенным на промышленных предприятиях Воронежской области является сертификационный стандарт ISO 9000 «Менеджмент качества», им руководствуется около 77 % предприятий. В отношении применения остальных документов были получены следующие результаты: другие стандарты серии ISO (за исключением ISO 9000 и

ISO 14000) – 36,7 %; ISO 14000 «Экологический менеджмент» – 26,7 %; Стандарт корпоративной социальной ответственности предприятий Воронежской области – 26,7 %; 17 целей устойчивого развития – 16,7 %; Конвенции МОТ – 13,3 %; Стандарт для оценки социальных аспектов систем управления SA 8000 – 6,7 %; Глобальный договор ООН – 3,3%; Парижское соглашение об изменении климата – 3,3%; Социальная хартия российского бизнеса – 3,3%. Два предприятия (6,7 %) в своей деятельности не придерживаются требований ни одного из вышеперечисленных стандартов. Еще два предприятия (6,7 %) учитывают требования иных стандартов, среди которых трехстороннее соглашение между правительством Воронежской области, объединениями профсоюзов и объединениями работодателей на 2020–2022 гг.; отраслевое соглашение по организациям ракетно-космической промышленности РФ на 2021–2023 гг.; единые стандарты корпоративной социальной политики. Подводя итог, можно сказать, что доля предприятий-респондентов, использующих положения национальных и международных стандартов КСО в управленческой практике, невелика.

Заметим, что международные и национальные документы закладывают основу формирования внутренних норм КСО для отдельного предприятия. Цели и задачи в области социальной ответственности должны быть зафиксиро-

ваны в собственных документах предприятия: кодексе, стандарте и т. п. На предприятиях, участвовавших в исследовании, основным документом, в котором закреплены стратегия/положения КСО, стал коллективный договор, на данную позицию указали 60 % опрошенных. Причем для трети предприятий он является единственным стратегическим документом в области КСО, что подтверждает важность и приоритетность учета интересов персонала в деятельности предприятий. В свою очередь, КСО воспринимается респондентами преимущественно как стратегия управления человеческими ресурсами. Почти вдвое меньше опрошенных (36,7 %) указало на то, что направления КСО отражаются в общекорпоративной стратегии. Можно полагать, что на этих предприятиях отдельные положения КСО включены в систему стратегического управления. У 20 % предприятий, попавших в выборку, есть кодекс корпоративного управления, 6,7 % предприятий имеют этический кодекс или кодекс поведения. Ни у одного предприятия нет кодекса КСО. Таким образом, можно констатировать, что на предприятиях отсутствуют отдельные документы, упорядочивающие социально ответственную деятельность.

Организация КСО в структурах менеджмента может иметь два варианта:

– централизованное выполнение работ в области КСО специализированным подразделением или менеджером;

– децентрализованное выполнение работ в области КСО силами уже существующих подразделений предприятия, таких как отдел по связям с общественностью, отдел маркетинга и т. д.

Проведенный опрос показал, что ни один из вариантов не реализуется на предприятиях региона (рис. 7). Более половины (56,7 %) опрошенных указали на то, что обязанности по реализации программ КСО возложены на всех сотрудников / все подразделения предприятий в рамках реализации ими своих функций. Данный факт свидетельствует о том, что на сегодняшний день на предприятиях отсутствует регулярный менеджмент в области КСО.

Нефинансовая (социальная) отчетность. Следующим этапом управления КСО является подготовка нефинансовой (социальной) отчетности. Раскрывая сведения об экономических эффектах и влиянии деятельности организации на окружающую среду и общество, нефинансовая (социальная) отчетность является информационной базой анализа и оценки вклада организации в общественное развитие, а также инструментом построения долгосрочных доверительных отношений со стейкхолдерами.

Данные о подготовке нефинансовой отчетности промышленными предприятиями Воронежской области свидетельствуют о том, что только семь предприятий выборки формируют нефинансовую отчетность, а шесть планируют



Рис. 7. Структура, курирующая реализацию политики в области КСО



Рис. 8. Цели составления нефинансовой отчетности



Рис. 9. Аспекты КСО, освещаемые в нефинансовой отчетности

это делать в ближайшем будущем. Абсолютное большинство предприятий не занимается этим вообще. Примечательно, что из трех публичных предприятий в выборке только одно готовит нефинансовую отчетность.

Цели составления нефинансовых отчетов у предприятий, уже занимающихся этим вопросом и только планирующих, разнятся, причем кардинально (рис. 8). Первая группа готовит отчетность для информирования стейкхолдеров о своей деятельности, вторая

же группа нацелена выпускать нефинансовые отчеты для планирования и оценки деятельности в области КСО.

Далее в качестве критерия сравнения двух вышеназванных групп выступили аспекты КСО, публикуемые/планируемые к публикации в нефинансовой отчетности (рис. 9). На настоящий момент предприятиями региона в нефинансовой отчетности отражаются преимущественно социальные программы (57 %) или экономические результаты деятельности (43 %)



Рис. 10. Группы стейкхолдеров, на которых ориентирована нефинансовая отчетность предприятия

в сочетании с другими аспектами. Предприятия, желающие выпускать социальную отчетность, намерены отражать в ней информацию, касающуюся благотворительной и спонсорской деятельности (67 %), а также экологических (67 %) и социальных (50 %) программ.

Как показывают данные (рис. 10), основными пользователями составляемых нефинансовых отчетов предприятий являются собственники, а следовательно подобные отчеты относятся к внутренним и прежде все служат средством повышения качества внутрифирменного управления социально ответственной деятельностью. Здесь также можно заметить разночтения в декларируемых целях подготовки отчетности и практической деятельностью. При этом предприятия, только планирующие подготовку нефинансовой отчетности, хотели бы распространять ее среди более широкого круга стейкхолдеров: персонала (83 %), потребителей (67 %), органов государственной власти и управления (50 %). Внимание на себя обращает то, что такие группы заинтересованных сторон, как местное сообщество и некоммерческие организации (далее – НКО) предприятиями в большинстве своем не рассматриваются как целевая аудитория нефинансовой отчетности, что свидетельствует о неготовности предприятий к диалогу с широкой общественностью.

Среди предприятий, подготавливающих отчетность, большая часть руководствуется Стандартом корпоративной социальной ответ-

ственности Воронежской области – 42 %, 29 % предприятий предпочитают предоставлять социальную отчетность в свободной форме, такая же доля предприятий-респондентов (29 %) затруднилась дать ответ. Такие релевантные стандарты, закладывающие требования по раскрытию нефинансовой отчетности, как GRI, AA 1000, IR1, не используются воронежскими предприятиями. Этот факт можно объяснить отсутствием знаний о них у представителей предприятий (см. табл. 2), именно эта группа стандартов КСО являлась наименее популярной.

Помимо этого, в ходе исследования было выявлено, с чем связано отсутствие нефинансовой отчетности у предприятий, не составляющих ее на данный момент и не планирующих в перспективе. В качестве основных причин респонденты указали следующее: руководство не видит в этом необходимости (58,8 %), такая практика не распространена среди предприятий региона (23,5 %), недостаток финансовых ресурсов/времени (11,8 %), отсутствие законодательных требований (5,9 %).

В 2017 г. распоряжением Правительства РФ была утверждена Концепция развития публичной нефинансовой отчетности, предусматривающая ее поэтапное внедрение. Как показал опрос, большинство опрошенных не знакомы с данной Концепцией (83,3 %). Представление об этом документе имеет только 16,7 % респондентов.

КСО и отношения между бизнесом и государством. На вопрос «Считаете ли вы, что госу-

дарство должно участвовать в развитии КСО?» больше половины представителей региональных предприятий (56,7 %) высказались о необходимости участия государства в развитии социально ответственного поведения бизнеса; 10 % посчитали это лишним; 33,3 % затруднились ответить. Далее этой группе были заданы вопросы относительно характера воздействия государства на бизнес-структуры и состава рекомендательных «мягких» инструментов воздействия.

В зависимости от степени участия государства в развитии социально ответственного поведения предприятий и используемых способов регулирования различают две модели КСО: открытую, в которой преобладают инструменты регулирования, направленные на стимулирование добровольных и самостоятельно определяемых социальных программ и проектов предприятий, и скрытую, в которой предприятия скорее принуждаются обществом в лице государства к реализации уже принятых ценностей. Инструменты регулирования в скрытой модели носят предписывающий и обязательный характер [8]. В рамках эти двух моделей рассматривается дилемма: способен ли бизнес к самосто-

тельному определению своего вклада в развитие общества, или же государство должно согласовывать общественные интересы, а затем трансформировать их в официальные и неофициальные требования к бизнесу.

Исследование показало, что более предпочтительной для респондентов является открытая модель, где инструменты активизации социально ответственного поведения носят рекомендательный/поощрительный характер (58,8 %). Однако треть (35,3 %) указывают, что государство должно использовать сочетание предписывающих и рекомендательных инструментов. Оставшиеся 5,9 % затруднились ответить. Среди перечня «мягких» инструментов государственного регулирования КСО респондентам было предложено выбрать наиболее эффективные (рис. 11).

Первое место было отведено мерам финансовой поддержки, и только вторую позицию занимают информационно-консультационные инструменты, такие как конференции, форумы, бенчмаркинг. Учитывая выявленный уровень понимания концепции КСО, на наш взгляд, эта позиция является не совсем оправданной.



Рис. 11. «Мягкие» инструменты государственного регулирования КСО



Рис. 12. Формы взаимодействия предприятий с заинтересованными сторонами

КСО и отношения между бизнесом и обществом. Предприятие, являясь частью общества, функционирует в социальной среде, включающей широкий круг заинтересованных сторон, которые в свою очередь способны оказывать активное влияние на формирование социальной политики предприятия. Таким образом, взаимодействие с заинтересованными сторонами является одним из важнейших аспектов КСО. В частности, особый интерес представляют используемые предприятиями формы взаимодействия (рис. 12).

Проведенное исследование демонстрирует, что предприятиями используется достаточно широкий спектр форм взаимодействия со стейкхолдерами. Самыми распространенными среди них являются различные варианты одностороннего доведения информации до заинтересованных сторон. Так, лидирующие позиции занимают дни открытых дверей, экскурсии на предприятия – их практикуют 53,3 % предприятий-респондентов, участие в конференциях и форумах – 50 %, а также публикации в СМИ/корпоративный сайт – 50 %. Наименьшее распространение получили формы двустороннего и многостороннего взаимодействия, содержащие более очевидные элементы диалога. К участию в круглых столах/проведению совещаний прибегают 53,3 % предприятий. Только 36,7 %

реализуют совместные программы, 30 % участвует в экспертных комиссиях.

Полученные данные о вовлеченности отдельных групп стейкхолдеров в формирование и реализацию программ КСО предприятий корреспондируются с результатами о наиболее освоенных формах взаимодействия (рис. 13). Основными стейкхолдерами, имеющими влияние на проводимую предприятиями социальную политику, являются внутренние группы – персонал, собственники и менеджмент, – внешние в меньшей степени вовлечены в этот процесс. Полагаем, что проводимые предприятиями совещания имеют преимущественно внутрифирменный характер.

В составе наиболее сильных институтов гражданского общества, которые могут осуществлять эффективное воздействие на развитие КСО, выделяют НКО. Они выступают в качестве посредников между бизнесом, государством и обществом в предоставлении социальных услуг, поскольку общество в лице единичного представителя не может оказывать влияние на других участников взаимодействия.

Согласно результату опроса, взаимодействие региональных предприятий с НКО носит эпизодический характер или отсутствует вообще (табл. 3). Наиболее активно предприятия сотрудничают с образовательными и научными



Рис. 13. Стейкхолдеры, вовлеченные в формирование и реализацию программ социальной ответственности

Т а б л и ц а 3

НКО, с которыми сотрудничают предприятия, и частота их взаимодействия

Вид организации	Постоянно, %	Иногда, %	Не взаимодействуют, %
Благотворительные	20	50	30
Экологические	16,7	53,3	30
Научные и образовательные	56,7	30	13,3
Здравоохранения	26,7	43,3	30
Объединения и ассоциации предпринимателей	33,3	36,7	30
Творческие	6,7	26,7	66,7
Религиозные	6,7	20	73,3
Другое	10	23,3	66,7

ми организациями (56,7 %); учитывая тот факт, что программы финансирования научных и образовательных проектов непопулярны среди предприятий, следует предположить, что взаимодействие заключается в обучении сотрудников. В целом стоит отметить крайне пассивные отношения с экологическими организациями (16,7 %) и в принципе очень узкий круг взаимодействия. Причем даже профессиональные союзы, ориентированные на защиту прав и интересов работников, созданы только на 14 предприятиях из 30 (46,7 %).

Перспективы и барьеры развития КСО.

Достаточно равномерно распределились голоса при ответе на вопрос, касающийся оценки будущего концепции КСО. Треть респондентов (33,3 %) склонна верить, что КСО будет успешно развиваться: все большее число компаний будут включать в свою работу принципы и

практики социальной ответственности. Другие 30 % полагают, что КСО будет занимать такое же положение, как и сегодня. Затруднились дать ответ 36,7 %. Однако необходимо отметить, что ни один из опрошенных не высказался, что развитие КСО пойдет на спад. Отсутствие скептицизма у представителей промышленных предприятий безусловно внушает надежды относительно положительных изменений в социально ответственной деятельности предприятий.

Основными препятствиями для развития КСО были указаны:

- нехватка финансовых средств (63,3 %);
- отсутствие у бизнеса четкого понимания КСО и эффектов от ее реализации (46,7 %);
- неэффективная политика государства в области поощрения/поддержки социально ответственных предприятий (33,3 %);

- недостаточное освещение темы КСО в СМИ и общественных дискуссиях (26,7 %);
- неразвитость нормативно-правовой базы (23,3 %);
- нехватка у предприятий опыта и навыков разработки и внедрения социальных программ (20 %);
- отсутствие на рынке труда специалистов в области КСО (6,7 %);
- неразвитость/пассивность некоммерческих организаций (6,7 %).

На наш взгляд, выделенные трудности должны служить основой для разработки системы стимулирования социально значимых инициатив.

Заключение

Наиболее очевидным выводом исследования является отсутствие большой заинтересованности у представителей менеджмента промышленных предприятий Воронежской области в вопросах социальной ответственности вследствие их полной погруженности в проблемы выживания в текущих экономических условиях.

Выделим ряд особенностей понимания и реализации КСО региональными непубличными предприятиями Воронежской области, занятыми в сфере промышленности.

Во-первых, по мнению управленческих кадров, КСО не предполагает добровольного стремления предприятий выделять ресурсы на решение проблем, стоящих перед обществом, напротив, это выполнение закрепленных государством обязательств.

Во-вторых, практика КСО представлена программами, имеющими внутреннюю направленность (персонал, безопасность и качество продукции). В экологическом направлении решаются исключительно проблемы ресурсосбережения, все остальные вопросы воздействия на окружающую среду остаются без внимания. Инвестиции в территорию присутствия и поддержка местного сообщества осуществляются исключительно за счет создания рабочих мест, не распространено финансирование проектов и организаций образования, здравоохранения, досуга и культуры, спорта, благотворительных организаций. Отчасти это можно объяснить спецификой рынка В2В, на котором работают промышленные предприятия: основные поставки товаров осуществляются не конечному рядовому потреби-

телю, а такому же предприятию, для которого в приоритете исключительно качество поставляемой продукции и справедливые торговые отношения. Следовательно, влияние такого набирающего популярность явления, как осознанное или ответственное потребление, на промышленные предприятия в разы меньше.

В-третьих, отдельный документ, фиксирующий стратегию в области социальной ответственности – кодекс КСО, на предприятиях промышленности не получил распространения. В качестве замещающего большинством респондентов был выделен документ, регулирующий социально-трудовые отношения – коллективный договор. На предприятиях отсутствует какое-либо структурное подразделение, осуществляющее оперативное управление реализацией программ КСО, данные полномочия распределены, как правило, среди всех сотрудников предприятия, что, собственно, и влечет за собой фрагментарность социальной деятельности. Нефинансовая отчетность, призванная раскрывать цели, результаты и эффекты деятельности в экономической, социальной и экологической сферах, непопулярна на промышленных предприятиях области и формируется лишь единицами.

Таким образом, несмотря на более чем 15-летний период развития, с момента публикации Социальной хартии российского бизнеса, концепция КСО не получила должного распространения среди непубличных региональных предприятий реального сектора экономики. По-прежнему концепция КСО реализуется в рамках крупных корпораций, имеющих выход на международный финансовый рынок. Как было выяснено на практике, основная проблема заключается в несоответствии актуального содержания КСО, понимания КСО управленческими кадрами промышленных предприятий и текущей реализации практической деятельности в сфере КСО.

В связи с этим целесообразными считаем предложить государству занять более активную позицию в вопросах продвижения идей социальной ответственности, в частности, актуализировать финансово-экономические, организационные, информационно-просветительские меры региональной промышленной политики.

Для промышленных предприятий Воронежской области весьма актуальна проблема нехватки финансовых средств на социальные программы. Поэтому на региональном уровне

необходимо разработать инвестиционную программу льготного финансирования, в которой целевые показатели будут привязаны, в том числе к достижению социально значимых результатов. Стимулировать предприятия к решению экологических проблем можно также путем установления субсидии из областного бюджета на возмещение части затрат на реализацию экологических программ.

Необходимо на постоянной основе проводить информационно-просветительские мероприятия как по отдельным аспектам КСО, так и в целом. В целях информационной поддержки социально ответственных действий предприятий, обострения конкурентной ситуации в сфере КСО считаем целесообразным создать на портале профильного исполнительного органа государственной власти постоянно обновляющийся рейтинг социально ответственных предприятий региона.

Отметим, что управленческие кадры склонны видеть проблемы предприятия во внешних условиях и обстоятельствах, а не во внутренних структурах и механизмах. По этой причине считаем важным в стагнации развития социальной ответственности на промышленных предприятиях факт отсутствия сотрудников, подготовленных в области КСО. В данном случае государство должно организовать взаимодействие между предприятиями и образовательными учреждениями по вопросам целевой подготовки будущих специалистов.

Институты гражданского общества также должны выступить движущей силой развития КСО. Бизнес-ассоциации могут взять на себя функцию бенчмаркинга лучших практик КСО промышленных предприятий. Важно актуализировать региональные и отраслевые стандарты в области КСО, в частности Стандарт корпоративной социальной ответственности предприятий Воронежской области (2012 г.). Для

этих целей следует предложить консолидацию усилий бизнес-объединений, научного сообщества, экологических организаций и других институтов гражданского общества.

В заключение отметим, что проведенное исследование обладает рядом ограничений, которые определяются типом выборки, особенностями метода сбора данных. Во-первых, в качестве респондентов выступили представители (управленческие кадры) предприятий Воронежской области. Их выбор в данном случае обусловлен доступностью для проведения опроса. Из чего следует, что все полученные результаты могут быть справедливы лишь для этого региона. Региональные различия ведения бизнеса могут определять ряд особенностей социально ответственного поведения промышленных предприятий. Во-вторых, метод анкетирования накладывает ограничения, которые связаны с готовностью респондентов раскрывать свое мнение и информацию о предприятии и возможным преднамеренным искажением ответов. Заочному анкетированию также свойственно больше ошибок при заполнении.

В качестве дальнейших направлений развития работы можно предложить:

- разработку комплексной программы развития КСО промышленных предприятий Воронежской области;
- организацию уточняющих исследований со стейкхолдерами промышленных предприятий области;
- проведение опросов по данной тематике в других регионах страны.

Конфликт интересов

Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Библиографический список

1. Благоев Ю. Е., Кабалина В. И., Петрова-Савченко А. А., Соболев И. С. Создание ценности для бизнеса и общества : анализ корпоративной социальной деятельности российских компаний // Российский журнал менеджмента. 2015. № 13. С. 67–98.
2. Борзаков Д. В., Никитина Л. М. Управленческий контроль корпоративной социальной ответственности : нормативное, информационное и методическое обеспечение : монография. Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019.

3. Долгопятова Т. Г. Эмпирические исследования предприятий : методы и практика // Экономический журнал ВШЭ. 2008. № 2. С. 239–271.
4. Никитина Л. М., Борзаков Д. В. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров. Ростов н/Д. : Феникс, 2015.
5. Никитина Л. М. Корпоративная социальная ответственность воронежских предприятий в контексте общемировых и российских тенденций ее развития // Национальные интересы : приоритеты и безопасность. 2009. Т. 5, № 23 (56). С. 50–60.

6. Никитина Л. М., Раснер Е. И. Оценка корпоративной социальной ответственности менеджментом воронежских предприятий // Среднерусский вестник общественных наук. 2008. № 4 (9). С. 115–122.

7. Сердобольская И. О., Мухамедшина А. Н. Основные тенденции и перспективы развития корпоративной социальной ответственности на крупных предприятиях птицеводческого комплекса России // Управленец. 2014. № 6 (52). С. 10–17.

8. Советова Н. П., Лапцова Е. С., Судакова Н. Ю. Исследование проблемы социальной ответственности бизнеса на территории муниципального образования «город Вологда» // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 2 (30). С. 5–25. DOI: 10.15350/2306-2800.2016.2.5

9. Чезлакова Л. М., Батаева Б. С., Мелитонян О. А. Характерные черты социальной ответственности и этики в организациях малого бизнеса в России // Российский журнал менеджмента. 2018. № 16. С. 63–94. DOI: 10.21638/10.21638/11701/spbu18.2018.103

10. Aastha B., Shazi S. J. Corporate Social Responsibility Practices in Small and Medium Enterprises //

Polish Journal of Management Studies. 2019. Vol. 19, № 1. P. 9–20. DOI: 10.17512/pjms.2019.19.1.01

11. Bashar M. A. Exploring New Ways of Communicating CSR to the Relevant Stakeholders: An Empirical Study // Business and Management Research. 2020. Vol. 9, № 2. P. 25–48. DOI: 10.5430/bmr.v9n2p25

12. Fordham A. E., Robinson G. M. Mapping meanings of corporate social responsibility – an Australian case study // International Journal of Corporate Social Responsibility. 2018. Vol. 3, № 14. P. 1–20. DOI: 10.1186/s40991-018-0036-1

13. Margolis J. D., Elfenbein H. A., Walsh J. P. Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance // Harvard Business School. 2007. DOI: 10.2139/ssrn.1866371

14. Margolis J. D., Walsh J. P. Misery loves companies: Rethinking social initiatives by business // Administrative science quarterly. 2003. Vol. 48, № 2. P. 268–305. DOI: 10.2307/3556659

15. Pelozo J. The challenge of measuring financial impacts from investments in corporate social performance // Journal of Management. 2009. Vol. 35, № 6. P. 1518–1541. DOI: 10.1177/0149206309335188

Никитина Лариса Михайловна, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики и управления организациями, Воронежский государственный университет, Воронеж, Российская Федерация

E-mail: lanikitina@yandex.ru

ORCID ID 0000-0002-7375-2225

Перцева Юлия Алексеевна, магистрант кафедры экономики и управления организациями, Воронежский государственный университет, Воронеж, Российская Федерация

E-mail: perceva-9898@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1108-1956

Поступила в редакцию 14.09.2021

Подписана в печать 16.11.2021



Economy, organization and management of the enterprises, branches, complexes

Original article

UDC 65.01

DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2021.4/3659>

JEL: L 59; M 14

Development of the corporate social responsibility of industrial enterprises in the Voronezh Region: institutional and organisational aspects

L. M. Nikitina¹✉, Yu. A. Pertseva²

^{1,2} Voronezh State University, 1 University sq., 394018, Voronezh, Russian Federation

Subject. The current decade has been recognised by the world community as “a decade of decisive actions” aimed at combating numerous social and environmental issues. Solving these problems is impossible without mobilising the efforts of the business community. In this regard, corporate social responsibility (CSR) becomes highly important as well as the issue of integrating its principles into business activities. Since the industrial sector is characterised by the most significant impact on the environment and the local community and involves substantial labour resources, the implementation of CSR by industrial enterprises is of particular interest.

Purpose. An analysis and assessment of the prospects for the development of corporate social responsibility among industrial enterprises in the Voronezh Region.

Methods. The study involved a quantitative strategy for collecting and analysing information. The empirical basis was data from a survey carried out at 30 industrial enterprises in the Voronezh Region.

Results. The empirical study allowed shaping the big picture of how CSR is understood and implemented by industrial enterprises in the Voronezh Region in terms of: the composition of the main CSR programmes and addressees; international and national CSR standards used in the activities and the formation of internal institutions for the CSR development; the nature and forms of interaction between enterprises, the state, and non-profit organisations; and assessing the prospects and barriers to the development of CSR.

Conclusions. The social responsibility of non-public regional industrial enterprises remains fragmentary. There is a gap between the actual CSR content, its understanding by the management personnel of enterprises, and the current implementation of social programmes in practice. All activities of industrial enterprises in the field of CSR continue their technical and technological processes or business processes. Enterprises pay little attention to non-production activities. Enterprises are not interested in disclosing information about their activities, reducing any adverse impact they have on the environment, contributing to the sustainability of the territories where they are located, and the formation of civil society. Businesses act as closed systems that exist outside society. In order to develop the CSR of regional industrial enterprises, a set of measures (financial and economic, organisational, informational, and educational) has been proposed, which ensures the relevance of the content of regional industrial policy.

Key words: social responsibility, stakeholders, social programmes, non-financial (social) reporting, industry.

Cite as: Nikitina, L. M. & Pertseva, Y. A. (2021) Development of the corporate social responsibility of industrial enterprises in the Voronezh Region: institutional and organisational aspects. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Economics and Management. (4), 3–22.* (In Russ., abstract in Eng.). DOI: <https://doi.org/10.17308/econ.2021.4/3659>

Conflict of Interest

The authors declare the absence of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

References

1. Blagov, Y. E., Kabalina, V. I., Petrova-Savchenko, A. A. & Sobolev, I. S. (2015) [Creating Value for Business and Society: Analysis of the Corporate Social Performance of Social Companies]. *Russian Management Journal*. 13, 67–98. (In Russian).
2. Borzakov, D. V. & Nikitina, L. M. (2019) [Managerial Control of Corporate Social Responsibility: Normative, Informational and Methodological Support]. Voronezh, VSU Publ. (In Russian).
3. Dolgopyatova, T. G. (2008) [Firm-level Empirical Surveys: Total and Practice]. *The HSE Economic Journal*. 2, 239–271. (In Russian).
4. Nikitina, L. M. & Borzakov, D. V. (2015) [Corporate Social Responsibility]. Rostov-na-Donu, Feniks Publ. (In Russian).
5. Nikitina, L. M. (2009) [Corporate Social Responsibility of Voronezh Enterprises in the Context of Global and Russian Trends of Development]. *National Interests: Priorities and Security*. 23, 50–60. (In Russian).
6. Nikitina, L. M. & Rasner, E. I. (2008) [Assessment of Corporate Social Responsibility by the Management of Voronezh Enterprises]. *Central Russian Journal of Social Sciences*. 4, 115–122. (In Russian).
7. Serdobolskaya, I. O. & Mukhamedshina, A. N. (2014) [The Basic Tendencies and Prospects of Development of Corporate Social Responsibility at Large Poultry Enterprises of Russia]. *Upravlenets*. 6, 10–17. (In Russian).
8. Sovetova, N. P., Laptsova, E. S. & Sudakova, N. Y. (2016) [The Research Issues of Social Responsibility of

Business in the Territory of the Municipality «City of Vologda»]. *Vestnik of Volga State University of Technology. Series: Economics and Management*. 2, 5–25, doi: 10.15350/2306-2800.2016.2.5. (In Russian).

9. Cheglakova, L. M., Bataeva, B. S. & Melitonyan, O. A. (2018) [Key Features of Social Responsibility and Business Ethics for Small and Medium Enterprises in Russia]. *Russian Management Journal*. 16, 63–94, doi: 10.21638/10.21638/11701/spbu18.2018.103. (In Russian).

10. Aastha, B. & Shazi, S. J. (2019) Corporate Social Responsibility Practices in Small and Medium Enterprises. *Polish Journal of Management Studies*. 19 (1), 9–20, doi: 10.17512/pjms.2019.19.1.01.

11. Bashar, M. A. (2020) Exploring New Ways of Communicating CSR to the Levant Stakeholders: An Empirical Study. *Business and Management Research*. 9 (2), 25–48, doi: 10.5430/bmr.v9n2p25.

12. Fordham, A. E. & Robinson, G. M. (2018) Mapping Meanings of Corporate Social Responsibility – an Australian Case Study. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 3 (14), 1–20, doi: 10.1186/s40991-018-0036-1.

13. Margolis, J. D., Elfenbein, H. A. & Walsh, J. P. (2007) Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Harvard Business School*. doi: 10.2139/ssrn.1866371.

14. Margolis, J. D. & Walsh, J. P. (2003) Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative science quarterly*. 48 (2), 268–305, doi: 10.2307/3556659.

15. Peloza, J. (2009) The Challenge of Measuring Financial Impacts from Investments in Corporate Social Performance. *Journal of Management*. 35 (6), 1518–1541, doi: 10.1177/0149206309335188.

Larisa M. Nikitina, Dr. Sci. (Econ.), Full Prof., Chair of Economics and Organization Management, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation

E-mail: lanikitina@yandex.ru
ORCID ID: 0000-0002-7375-2225

Yuliya A. Pertseva, Master Student, Chair of Economics and Organization Management, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation

E-mail: perceva-9898@mail.ru
ORCID ID: 0000-0002-1108-1956

Received 14.09.2021

Accepted 16.11.2021