

УДК 658

DOI: 10.34670/AR.2020.58.66.105

**Социологические аспекты оценки социально ответственной
деятельности предприятий студенческой молодежью
современного среднего промышленного города**

Михайлова Ольга Николаевна

Кандидат философских наук,
Балаковский инженерно-технологический институт,
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,
413853, Российская Федерация, Балаково, ул. Чапаева, 140;
e-mail: molniko@mail.ru

Аннотация

В статье на основе определения категориального статуса социальной ответственности и выявления сущностных характеристик и компонентов корпоративной социальной ответственности анализируются показатели социально ответственной деятельности современных предприятий с социологическим исследованием оценки ее значимости в представлениях студенческой молодежи среднего промышленного города. Указывается на то, что социальная ответственность во многом опирается на социальное партнерство, которое в России стало одним из ведущих институтов гражданского общества, способствующим развитию конструктивного социального диалога между всеми его участниками. Общественное мнение в определенной степени подталкивает государство к тому, чтобы оно создавало благоприятные условия для социально ответственной деятельности и для реализации социальной миссии предприятия в том виде, в каком люди сами ее видят. Корпоративная социальная ответственность подразумевает прежде всего ответственность компании как работодателя, как делового партнера, как «гражданина» конкретного региона и страны в целом и как благотворителя и, представляя добровольную совместную политику предприятия/бизнеса, власти и общества, имеет общую цель – построение цивилизованного пространства страны и благополучие ее граждан.

Для цитирования в научных исследованиях

Михайлова О.Н. Социологические аспекты оценки социально ответственной деятельности предприятий студенческой молодежью современного среднего промышленного города // Педагогический журнал. 2020. Т. 10. № 3А. С. 505-516. DOI: 10.34670/AR.2020.58.66.105

Ключевые слова

Социально ответственная деятельность, корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность предприятий, социальное участие бизнеса, показатели социальной ответственности предприятий, социальное партнерство.

Введение

Социально-экономические процессы и закономерности общественного развития предполагают тесное взаимодействие хозяйствующих субъектов с обществом по многим параметрам. Они заинтересованы в поддержании социального равновесия, позволяющего им эффективно достигать своих целей и получать реальную отдачу от собственных вложений в социальный прогресс.

Ожидания общества, как подтверждает практика цивилизационного развития, все в большей степени связываются не только с демонстрацией хозяйствующей организацией высоких экономических результатов, но и с ее социальным вкладом и существенными достижениями в социальной политике. Это объясняется тем, что современное российское общество в условиях сложных социально-экономических трансформаций сталкивается с множеством социальных проблем, решение которых в значительной степени зависит от эффективности функционирования крупных промышленных предприятий и бизнеса, которым приходится уравнивать свои чисто экономические интересы с интересами всех участников социально-экономического процесса и в конечном счете с интересами общества.

Вопросы социальной ответственности предприятий многоаспектны, и их актуальность проявляется в том, что общество начинает осознавать, что социальная ответственность не ограничивается только благотворительностью и разными видами спонсорской поддержки, в качестве главного признака понятия социальной ответственности рассматривается добровольность вклада в социальную сферу, вне рамок определенного законом минимума. Идеология хозяйствующего субъекта, провозглашающая и реализующая идею о том, что предприятие/бизнес несут ответственность за социальное содержание своей деятельности, становится господствующей, а добровольный отклик на решение не только собственных, но и насущных социальных проблем общества согласуется с главным принципом экономической деятельности «сила порождает ответственность». По сути, в таком контексте обращение к социальной ответственности – это призыв к производству качественных товаров и услуг для потребителя, к выполнению деловых и социальных обязательств перед работниками, клиентами, партнерами и государством, к социальному участию и поддержке социальных проектов и программ для перспективного взаимовыгодного развития предприятия/бизнеса и общества.

Основная часть

Исследование социально ориентированной экономики и социально ответственной деятельности предприятий включает разноплановые проблемы изучения ее внешнего и внутреннего направлений, в частности корпоративной социальной активности по реализации общественных запросов и принципов корпоративного управления, природоохранной политики и вопросов соблюдения прав поставщиков и потребителей, социальной политики предприятия и управления персоналом, организационной культуры и предпринимательской этики и др.

Существующие подходы к исследованию социально ответственной деятельности едины в том, что эта деятельность определяется корпоративной ответственностью перед людьми и организациями, с которыми она связана, а также ответственностью перед обществом в целом [Иванова, 2015; Кузнецов, 2013]. Однозначного определения социальной ответственности предприятий/бизнеса в международной практике не существует, тем не менее, обобщая мнения

исследователей относительно категориального статуса данного феномена [Корпоративная социальная ответственность..., [www](#); Лабаджян, Каспарова, 2014; Мацкуляк, Пелих, 2008], можно выделить ее основные характеристики и компоненты, среди которых отметим следующие: 1) социальное предприятие в своей деятельности будет стремиться закрепить в нормах права тот уровень социальной ответственности, который оно на себя принимает; 2) современные взаимоотношения между предприятиями/бизнесом и обществом должны носить партнерский характер, который определяется понятием корпоративного гражданского общества и в котором партнеров должна объединять общая цель – продвижение страны к социально-экономическому благополучию и улучшению уровня жизни всего населения с возможностью принятия социальных стандартов работы предприятий, выступающих критерием их устойчивости и минимизирования рисков от возможных социальных издержек; 3) социально ответственному предприятию следует учитывать нарастающую в обществе значимость социальных пакетов и социальных программ предприятий с формированием краткосрочных и долгосрочных планов социального развития.

Концепция социальной ответственности, отражая добровольное решение компаний участвовать в улучшении жизни общества, особенно актуализируется в современных условиях его развития в социальной, экономической, экологической сферах, что связано напрямую с основной деятельностью предприятий и в то же время выходит за рамки определенного законом минимума и производственных интересов.

Добровольный вклад предприятий в общественное благополучие находит отклик в общественном мнении с соответствующей оценкой значимости социально ответственной деятельности, которая рассматривается в контексте реализации интересов предприятия посредством обеспечения социального развития его коллектива и активного участия в развитии общества. Данные мониторингов общественного мнения со всей очевидностью демонстрируют, что обществу небезынтересно, как и в каком направлении развивает хозяйствующая организация свою деятельность, какие преследует цели, как распоряжается доходами, какие решает социальные задачи [Вережкин, 2010; Иванов, [www](#)]. В самом обществе сложилось требование-представление о том, как должна позиционировать себя компания, чтобы быть оцененной в качестве добропорядочной с точки зрения своего социального вклада, что можно свести к общественно значимому заключению: она должна активно действовать в таких сферах, как охрана среды обитания, здравоохранение, защита прав граждан и потребителей, т. е. часть своих доходов должна обращать во благо общества. Этим самым подтверждается сущностный принцип социально ответственной деятельности: социальная ответственность экономической организации реализуется через ее социальную функцию, а предприятие/компания/бизнес – это особый субъект деятельности, чья социальная функция тождественна развитию его хозяйствования.

Весьма показательны в отмеченном контексте результаты проведенного «Гласом Рунета» онлайн-опроса, посвященного проблеме корпоративной социальной ответственности, в котором приняли участие пользователи Интернета старше 18 лет [Иванов, [www](#)]. Соответствующие диаграммы с распределением опрашиваемых пользователей Интернета и их ответов относительно понимания социальной ответственности предприятия представлены на рис. 1 и 2.

В качестве исходного вопроса, предложенного участникам онлайн-опроса, явился вопрос относительно выбора направлений социально ответственной деятельности предприятий, которые так или иначе соотносятся с понятием «корпоративная социальная ответственность». Распределение ответов отражено в гистограмме на рис. 3.

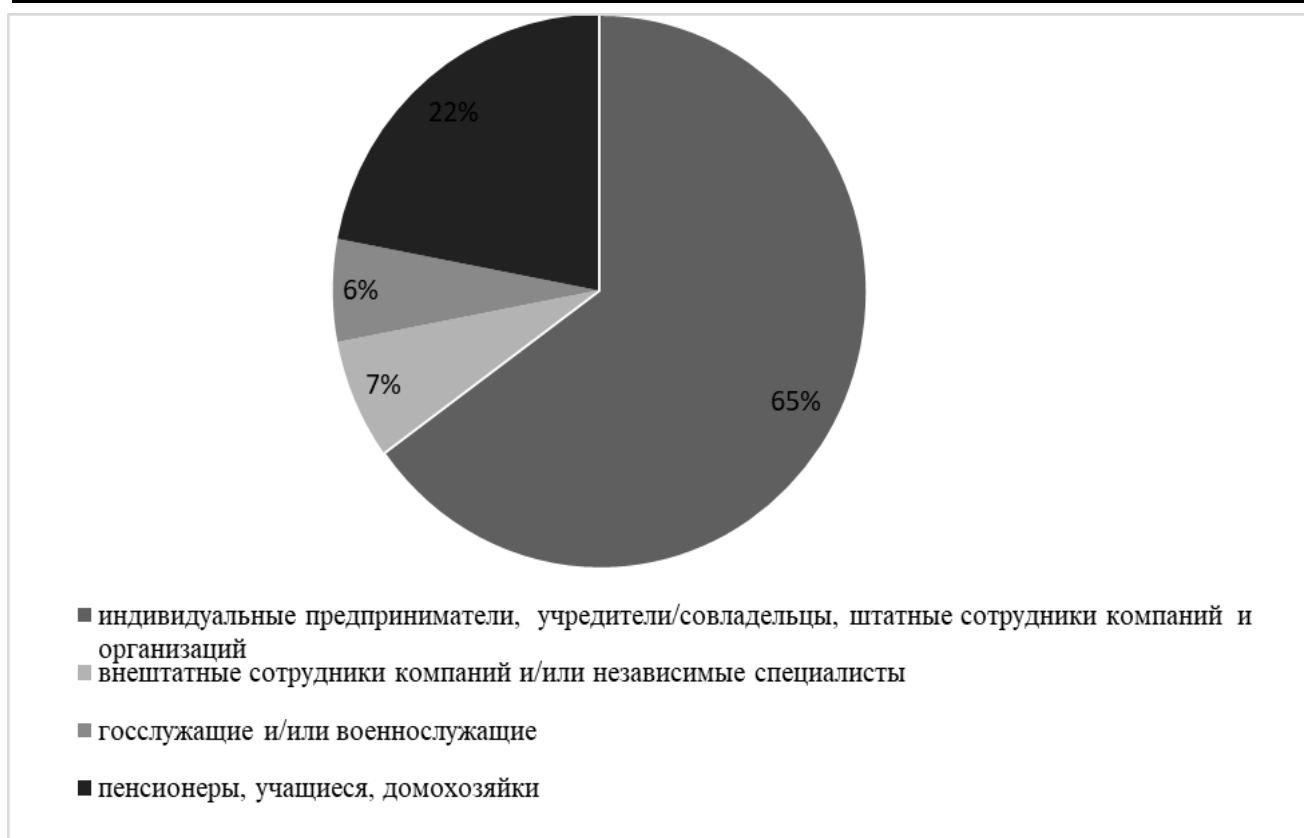


Рисунок 1 - Распределение опрошиваемых пользователей Интернета

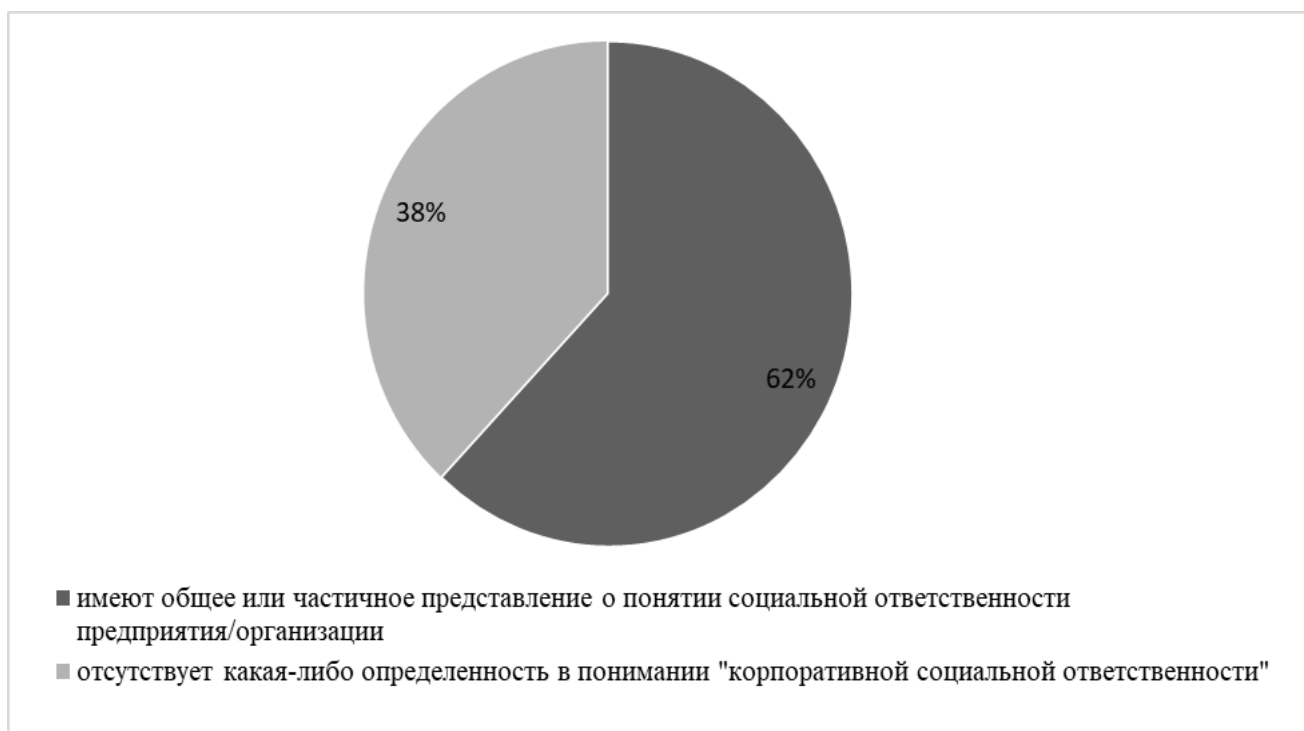


Рисунок 2 - Распределение ответов респондентов относительно понимания социальной ответственности предприятия

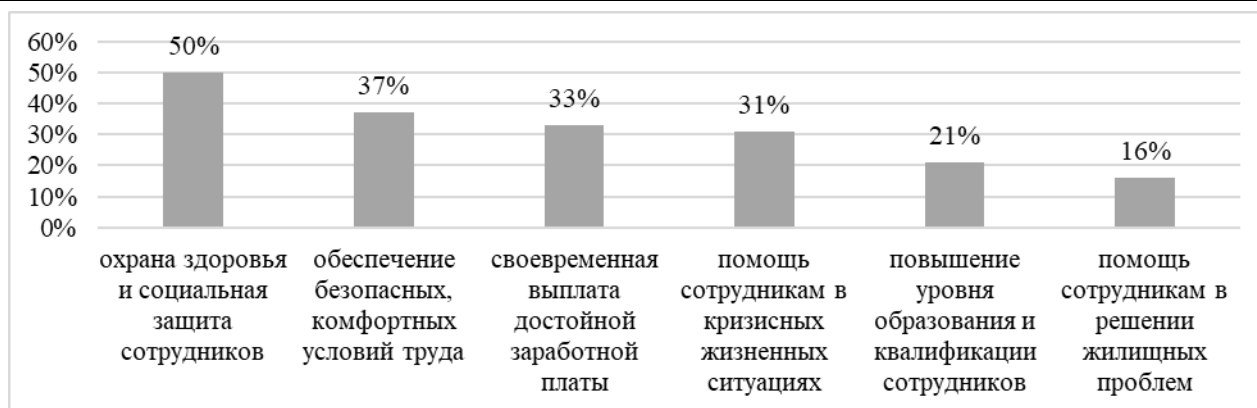


Рисунок 3 - Гистограмма ответов респондентов относительно выбора направлений социально-ответственной деятельности предприятий, связанных с понятием «корпоративная социальная ответственность»

Отдельная группа ответов касалась значимости выполнения предприятиями формальных требований, связанных с реализацией их социальной функции, что демонстрирует гистограмма на рис. 4.

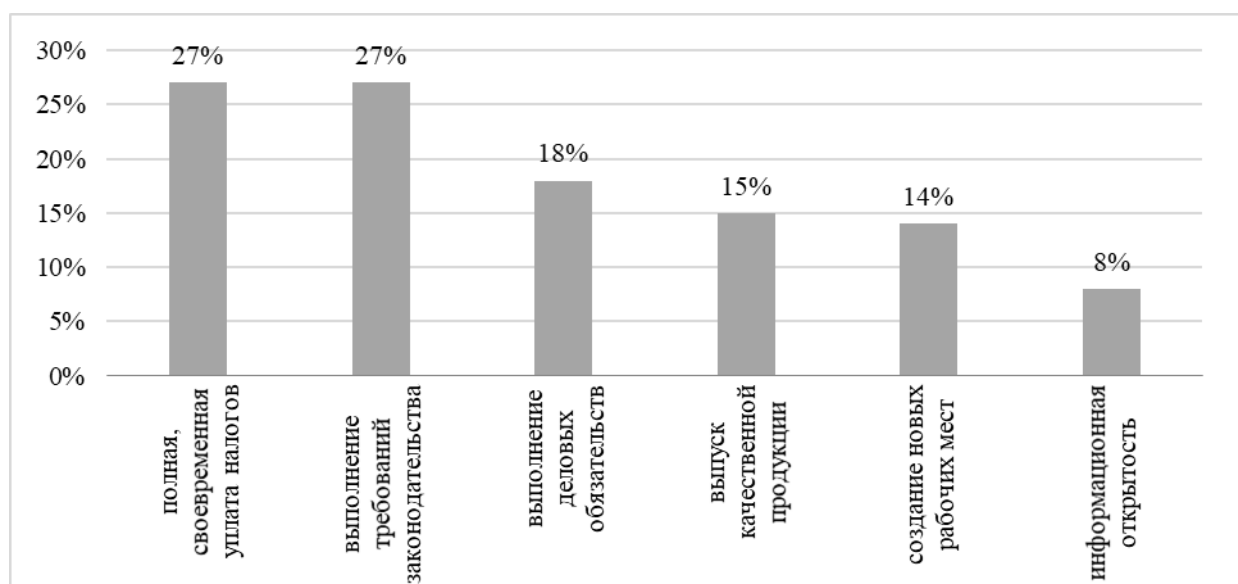


Рисунок 4 - Гистограмма ответов о значимости выполнения предприятиями формальных требований, связанных с реализацией их социальной функции

Группа ассоциативных ответов, описывающих обязательства предприятий по участию в государственных и муниципальных программах, экологических мероприятиях, поддержке общественных организаций и благотворительности, соблюдение которых находит позитивное одобрение общественности, распределилась, как видно из гистограммы, представленной на рис. 5, следующим образом.

Отмеченные результаты проведенного «Гласом Рунета» онлайн-опроса, связанного с определением содержания, места и роли социальной ответственности предприятий в обществе, в целом согласуются с мнением студентов Балаковского инженерно-технологического

института, полученным в процессе социологического опроса методом анкетирования в дистанционном формате. Целевая аудитория анketируемых представлена 57 студентами дневной и вечерней форм обучения социально-экономических и инженерно-технических направлений подготовки в возрасте от 18 до 32 лет (31 мужчина и 26 женщин). Цель исследования заключалась в выявлении представлений студентов о феномене социальной ответственности, его сущностных характеристиках и принципах, значимости социально ориентированных направлений деятельности предприятий и бизнеса, рейтинга предприятий по показателям социального эффекта внешней и внутренней социальной ответственности, а также оценки социального вклада предприятий в развитие города и региона.

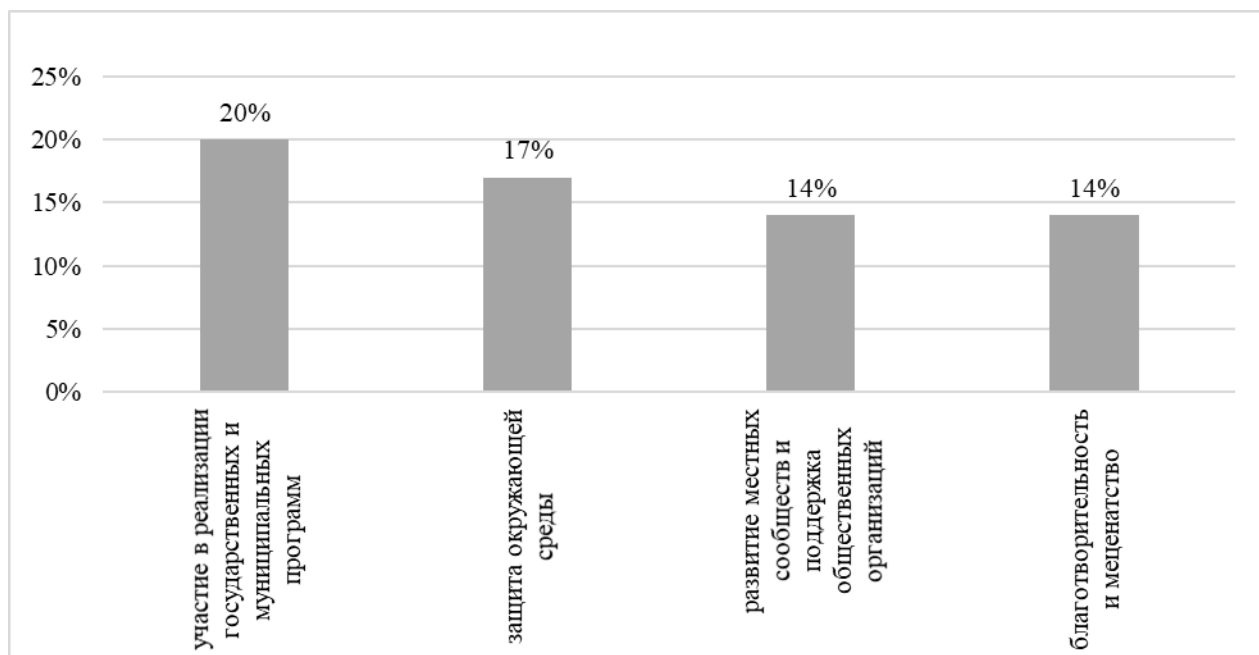


Рисунок 5 - Гистограмма распределения ответов о значимости выполнения предприятиями формальных требований, связанных с реализацией их социальной функции

Следует отметить, что все участники опроса по общим признакам осведомлены о содержании понятия социальной ответственности и в определенной степени знакомы с ее сущностными характеристиками, обобщая до понятия корпоративной социальной ответственности, которая у большинства опрошенных ассоциируется с выполнением предприятием своих прямых обязательств перед работниками, государством и партнерами. При этом только 25% опрошенных считают, что предприятие, следующее принципам социальной ответственности, руководствуется именно обязательствами перед обществом, а в качестве наиболее сильных мотиваторов социально-ориентированной деятельности называются «давление со стороны органов власти», «мода и желание лишний раз заявить о себе», «предпочтения руководства предприятия», «осознание получаемых выгод», которые представлены примерно одинаковым процентным показателем ответов – 35%, 33%, 31% и 34% соответственно.

Примечательно, что в части получаемых преимуществ от соблюдения принципов социальной ответственности около половины участников опроса выделили позитивный имидж

предприятия и доверие населения, указав в связи с этим на репутационный фактор, налоговые льготы, дополнительную рекламу в СМИ и партнерские отношения с властью и общественными организациями. Незначительную выгоду от социальной составляющей предприятия анкетированные связывают с конкурентным преимуществом, которое приносит предприятию коммерческий успех. Гистограмма распределения наиболее распространенных ответов представлена на рис. 6.

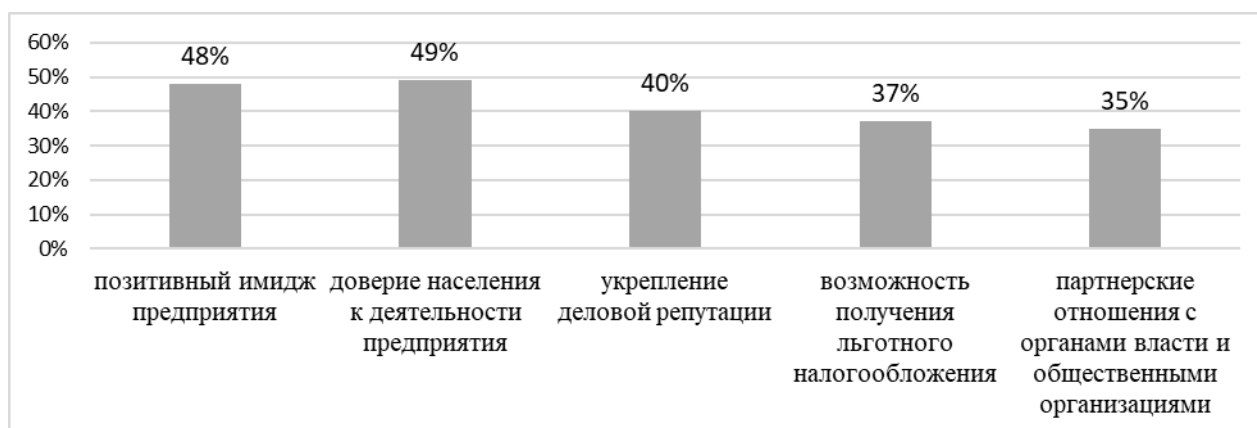


Рисунок 6 - Распределение ответов о получаемых преимуществах от соблюдения принципов социальной ответственности

Участникам опроса было предложено оценить по 10-балльной системе показатели социальной ответственности предприятий по степени значимости применительно к конкретным направлениям деятельности. Ответы ранжированы в табл. 1 в средних значениях наиболее высоких баллов.

Таблица 1 - Оценка значимости показателей социальной ответственности предприятий

Направление деятельности предприятий	Средний оценочный балл
Выполнение обязательств перед персоналом, партнерами и государством с открытостью и прозрачностью деятельности	7,8
Безопасность и природоохранная деятельность	7,2
Социальная политика и социальные программы по развитию персонала, охрана труда	6,9
Взаимодействие с общественными организациями и местными органами власти для решения социальных проблем	6,5
Социальное участие и поддержка проектов, не связанных непосредственно с деятельностью предприятия	6,3
Финансирование научных и образовательных проектов	5,6
Строительство социальных объектов и благоустройство города	5,4
Благотворительность, меценатство, спонсорство	5,1

Как видно из таблицы, в показателях средних оценок социально ответственной деятельности предприятий явно прослеживается тенденция разделения так называемой внутренней и внешней социальной ответственности. Первые три позиции с наибольшим оценочным баллом представляют внутренние социально ориентированные мероприятия

предприятия, а пять последних позиций, оцененных от 5 до 6,5 баллов, отражают внешние социально направленные усилия, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия, но с выраженным участием в решении социальных проблем города и региона.

В процессе дистанционного анкетирования студенты – участники онлайн-опроса должны были назвать предприятия, осуществляющие, по их мнению, наиболее активную с точки зрения социальной ответственности деятельность в масштабах города и региона. Результаты показали единодушие молодых людей относительно выделения городских предприятий с повышенной социальной ответственностью, к которым они отнесли Саратовскую ГЭС, Балаковскую АЭС и холдинг «ФосАгро» при незначительном количестве ответов (менее 5%) в пользу социально ответственного предпринимательства малого и среднего бизнеса. В отношении выделенных региональных компаний с социальной ответственностью только в единичных ответах можно было встретить такие, как «Межрегиональная распределительная сетевая компания Волги», ОАО «Саратовский НПЗ» и «Мегафон-Волга», которые, как считают опрошенные, демонстрируют максимально эффективный, простой и прозрачный механизм проведения политики благотворительности с выделением необходимых средств (не менее 2%) от стоимости реализованной продукции на решение социальных вопросов.

Что касается современной деятельности городских предприятий, отмеченных как наиболее заметных своим социальным вкладом, в частности Саратовской ГЭС, Балаковской АЭС и холдинга «ФосАгро», для каждого предприятия выделяются определенные направления, которые успешно реализуются с высоким социальным эффектом, позволяющим считать этот вклад значительным.

Саратовская гидростанция, как известно, является победителем в региональном этапе всероссийского конкурса «Российская организация высокой социальной эффективности» в номинации «За участие в решении социальных проблем территорий и развитие корпоративной благотворительности» [Саратовская ГЭС..., [www](http://www.saratov-ges.ru)]. Всероссийский конкурс проводится Министерством здравоохранения и социального развития РФ ежегодно с 2000 г., его цель – привлечь общественное внимание к важности социальных вопросов, продемонстрировать конкретные примеры решения социальных задач, а также стимулировать организации и предприятия к применению положительного опыта в данной области. По мнению экспертной группы, состоящей из представителей профсоюзов, работодателей и органов исполнительной власти Саратовской области, Саратовская ГЭС является примером высокой социальной ответственности и достойно представляет регион в соответствующей номинации на федеральном этапе всероссийского конкурса. Подчеркнем, что, помимо предоставления большого числа социальных гарантий по коллективному договору и благотворительности, Саратовская ГЭС принимает активное участие в многочисленных социальных акциях и проектах города. Ежегодно на базе спорткомплекса «Альбатрос» проходят городские соревнования по плаванию, посвященные Дню воды, проводятся интересные экологические конкурсы. Всероссийская экологическая благотворительная акция «ОБЕРЕГАЙ!», признанная лучшей в России, проходит во всех регионах присутствия компании «РусГидро». Саратовская ГЭС оказывает помощь подшефным организациям в День знаний и в День защиты детей. На протяжении последних лет проходит традиционная Спартакиада детей-инвалидов, призы предоставляются Саратовской ГЭС.

Значительный социальный эффект деятельности предприятия «ФосАгро», исходя из мнения опрошенной студенческой молодежи, связывается с экологической направленностью, что оправданно с учетом рейтинга открытости компаний России в сфере экологической

ответственности в рамках проекта Всемирного фонда дикой природы (WWF) России и «Национального Рейтингового Агентства» [Рейтинг..., www]. Целью данного рейтинга является способствование снижению нагрузки на окружающую среду и повышению эффективности использования природных ресурсов в контексте ведения социально ответственного бизнеса в России, что вносит реальный вклад в обеспечение прозрачности экологически значимой информации компаний сектора и позволяет получать сравнительные оценки степени экологической ответственности компаний и масштаба воздействия их деятельности на окружающую среду. 19-е место «ФосАгро» из 34 с итоговым баллом 0,77 говорит о достаточно высокой экологической ответственности предприятия, что общественность считает особо важным в наши дни в связи с задачами перехода на «зеленую экономику». Значимыми направлениями социально ответственной деятельности холдинга «ФосАгро» признаются инициатива создания детско-юношеской организации «Детям России Образование, Здоровье и Духовность (ДРОЗД)» и участие в проекте, который завоевал доверие жителей Балакова, с приоритетной задачей обеспечения высокого качества образования, повышения эффективности физкультурно-оздоровительной работы в образовательных учреждениях, формирования физически здорового, всесторонне образованного и духовно развитого подрастающего поколения.

Деятельность Балаковской АЭС с точки зрения социальной ответственности определяется ее главными задачами – обеспечением и повышением безопасности при эксплуатации, защитой окружающей среды от влияния технологического процесса, снижением издержек при производстве электроэнергии, улучшением социальной защищенности персонала, увеличением вклада станции в социально-экономическое развитие региона. По убеждению руководства Балаковской АЭС, которая на протяжении многих лет является лидером в отрасли, «благоприятная социальная среда, система действующих на станции социальных гарантий, поддержание оптимального баланса интересов администрации и работников – все это в огромной мере определяет производительность труда, профессиональную мотивацию и профессиональное долголетие персонала».

Балаковская АЭС демонстрирует высокие показатели внутренней социальной ответственности, которая выражается в эффективной социальной политике предприятия [Балаковская АЭС..., 2015, 185-187]. При этом многогранная социальная политика, которую проводит Балаковская АЭС, не только позиционирует атомную станцию как социально ответственное предприятие, но и является примером для других предприятий Саратовской области в проведении работы по развитию коммунальной, образовательной и оздоровительной инфраструктуры, поддержке пожилого и подрастающего поколений, патриотическому воспитанию молодежи и укреплению гражданского общества. Социальная политика Балаковской АЭС направлена прежде всего на закрепление кадров и создание благоприятного морально-психологического климата в коллективе. Особую значимость для работников атомной станции имеет улучшение социальной защищенности персонала, включающее в себя совершенствование и расширение социальных программ. Постоянные усилия руководства атомной станции в этой области позитивно сказываются на морально-психологическом климате в коллективе, подкреплении мотивации у работников к добросовестному труду, закреплении кадров (на предприятии практически отсутствует текучесть, связанная с оплатой труда и социальной проблематикой), повышении престижности работы на Балаковской атомной станции.

Внешняя социальная ответственность БалАЭС реализуется в работе по следующим

направлениям: 1) работа с населением (участие в научно-образовательных проектах «Энергия будущего», организация конкурса школьников «Атомная энергетика глазами молодых», проведение экологических акций в г. Балаково и его рекреационной зоне совместно с молодежными организациями «Экозащита» и «Феникс XXI век», изучение общественного мнения жителей г. Балаково и Балаковского района об отношении к атомной энергетике и деятельности Балаковской АЭС, подготовка семинаров, конференций и круглых столов по линии взаимодействия с органами власти и общественностью); 2) работа со СМИ (обеспечение прозрачности деятельности через подготовку печатных публикаций, видеосюжетов и пресс-релизов, информация о благотворительных акциях); 3) работа с органами власти и общественными организациями (проведение встреч и консультаций по вопросам, связанным с формированием общественного мнения, участие в Совете руководителей предприятий и организаций Балаковского муниципального района, совместные мероприятия с городскими общественными организациями молодежи «Феникс XXI век» и «Экологическая защита», молодежным парламентом, а также с региональным отделением Российского благотворительного фонда «НАН»).

Все отмеченные предприятия проявили свою социальную ответственность, оказывая поддержку проводимому в г. Балаково Саратовской области с 2004 г. конкурсу социальных и культурных проектов, целью которого является развитие новых механизмов взаимодействия властных, образовательных и социальных структур с оптимальным использованием интеллектуального, административного и финансово-экономического ресурса для создания единого социального пространства на территории Балаковского муниципального района на основе реализации социального партнерства и эффективности социальной деятельности. Программа муниципального конкурса сформирована с учетом приоритетных направлений и специфики социокультурных трансформаций, происходящих на территории Балаковского муниципального района: динамики социально-экономических и культурных условий взаимодействия субъектов муниципального образования; показателей информационного, образовательного, социально-правового развития территории; качества единого социокультурного пространства. Такое совместное сотрудничество предприятий, органов власти и общественных организаций решает двуединую задачу – способствует стабилизации общества и одновременно повышению имиджа предприятий в глазах потенциальных потребителей.

Заключение

Социальная ответственность во многом опирается на социальное партнерство, которое в России стало одним из ведущих институтов гражданского общества, способствующим развитию конструктивного социального диалога между всеми его участниками.

Общественное мнение в определенной степени подталкивает государство к тому, чтобы оно создавало благоприятные условия для социально ответственной деятельности и для реализации социальной миссии предприятия в том виде, в каком люди сами ее видят. Следовательно, корпоративная социальная ответственность подразумевает прежде всего ответственность компании как работодателя, как делового партнера, как «гражданина» конкретного региона и страны в целом и как благотворителя и, представляя добровольную совместную политику предприятия/бизнеса, власти и общества, имеет общую цель – построение цивилизованного пространства страны и благополучие ее граждан.

Библиография

1. Балаковская АЭС: 30 лет на благо России. Саратов: Волга, 2015.
2. Вережкин Л.П. Социальная ответственность бизнеса // Мониторинг общественного мнения. 2010. № 1. С. 37-48.
3. Иванов А.А. Результаты онлайн-опроса «Социальная ответственность бизнеса». URL: <https://subscribe.ru/group/subsnews/13524626/>
4. Иванова Т.В. Анализ отечественных и зарубежных подходов к определению понятия «социальная ответственность предприятия» // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2015. № 4. С. 204-210.
5. Корпоративная социальная ответственность: основные понятия и определения. URL: <http://csrjournal.com/korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-osnovnye-ponyatiya-i-opredeleniya>
6. Кузнецов В.И. Социальная ответственность региональных предприятий: статистические и управленческие аспекты // Экономика, статистика и информатика. 2013. № 4. С. 84-88.
7. Лабаджан М.Г., Каспарова А.Ю. Развитие корпоративной социальной ответственности // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2014. № 2. С. 52-59.
8. Мацкуляк Д.И., Пелих Н.А. К вопросу о социальной ответственности предприятий // Региональная экономика: теория и практика. 2008. № 7. С. 73-81.
9. Рейтинг открытости компаний России в сфере экологической ответственности. URL: https://wwf.ru/upload/iblock/1b6/Gorny_Rating_2018_web_compressed.pdf
10. Саратовская ГЭС награждена за высокую социальную ответственность. URL: <http://www.rushydro.ru/press/holding-news/35953.html>

Sociological aspects of the assessment of socially responsible activities of enterprises by students living in modern medium-sized industrial cities

Ol'ga N. Mikhailova

PhD in Philosophy,
Balakovo Institute of Engineering and Technology,
Moscow Engineering Physics Institute,
413853, 140 Chapaeva st., Balakovo, Russian Federation;
e-mail: molniko@mail.ru

Abstract

Taking into account the definition of the categorical status of social responsibility and the identification of the essential characteristics and components of corporate social responsibility, the article carries out an analysis of the indicators of socially responsible activities of modern enterprises with a sociological study of its significance in the views of students living in an average industrial city. The author of the article points out that social responsibility is largely based on social partnership, which has become one of the leading institutions of civil society in Russia, contributing to the development of a constructive social dialogue among all its participants. Public opinion to a certain extent pushes the state to create favourable conditions for socially responsible activities and for the implementation of the social mission of an enterprise in the form in which people themselves see it. Corporate social responsibility implies, first of all, the responsibility of a company as an employer, as a business partner, as a "citizen" of a particular region and country as a whole, and as a benefactor, and, representing a voluntary joint policy of an enterprise/business, government and society, has a common goal – to build a civilised space of the country and the well-being of its citizens.

For citation

Mikhailova O.N. (2020) Sotsiologicheskie aspekty otsenki sotsial'no otvetstvennoi deyatelnosti predpriyatii studencheskoi molodezh'yu sovremennogo srednego promyshlennogo goroda [Sociological aspects of the assessment of socially responsible activities of enterprises by students living in modern medium-sized industrial cities]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 10 (3A), pp. 505-516. DOI: 10.34670/AR.2020.58.66.105

Keywords

Socially responsible activities, corporate social responsibility, social responsibility of enterprises, social participation of business, indicators of social responsibility of enterprises, social partnership.

References

1. *Balakovskaya AES: 30 let na blago Rossii* [The Balakovo Nuclear Power Station: 30 years for the benefit of Russia] (2015). Saratov: Volga Publ.
2. Ivanov A.A. *Rezultaty onlain-oprosa "Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa"* [The results of the online survey "Social responsibility of business"]. Available at: <https://subscribe.ru/group/subsnews/13524626/> [Accessed 10/08/20].
3. Ivanova T.V. (2015) Analiz otechestvennykh i zarubezhnykh podkhodov k opredeleniyu ponyatiya "sotsial'naya otvetstvennost' predpriyatiya" [Analysis of domestic and foreign approaches to the definition of "social responsibility of an enterprise"]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 3: Ekonomika. Ekologiya* [Bulletin of Volgograd State University. Series 3: Economics. Ecology], 4, pp. 204-210.
4. *Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost': osnovnye ponyatiya i opredeleniya* [Corporate social responsibility: basic concepts and definitions]. Available at: <http://csrjournal.com/korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-osnovnye-ponyatiya-i-opredeleniya> [Accessed 10/08/20].
5. Kuznetsov V.I. (2013) Sotsial'naya otvetstvennost' regional'nykh predpriyatii: statisticheskie i upravlencheskie aspekty [Social responsibility of regional enterprises: statistical and managerial aspects]. *Ekonomika, statistika i informatika* [Economics, statistics and information science], 4, pp. 84-88.
6. Labadzhyan M.G., Kasparova A.Yu. (2014) Razvitie korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti [The development of corporate social responsibility]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Omsk University. Series: Economics], 2, pp. 52-59.
7. Matskulyak D.I., Pelikh N.A. (2008) K voprosu o sotsial'noi otvetstvennosti predpriyatii [On social responsibility of enterprises]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika* [Regional economics: theory and practice], 7, pp. 73-81.
8. *Reiting otkrytosti kompanii Rossii v sfere ekologicheskoi otvetstvennosti* [The Environmental Rating of oil and gas companies in Russia]. Available at: https://wwf.ru/upload/iblock/1b6/Gorny_Rating_2018_web_compressed.pdf [Accessed 10/08/20].
9. *Saratovskaya GES nagrazhdena za vysokuyu sotsial'nuyu otvetstvennost'* [The Saratov Hydroelectric Power Station has been awarded for its social responsibility]. Available at: <http://www.rushydro.ru/press/holding-news/35953.html> [Accessed 10/08/20].
10. Verevkin L.P. (2010) Sotsial'naya otvetstvennost' biznesa [Social responsibility of business]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya* [Monitoring of public opinion], 1, pp. 37-48.