

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Устойчивое развитие регионов

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГРАДООБРАЗУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Иделя Рашитовна БАДЫКОВА

кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнес-статистики и экономики,
Институт управления инновациями,
Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ),
Казань, Российская Федерация
Idelya.nizamova@gmail.com
ORCID: отсутствует
SPIN-код: 1797-3838

История статьи:

Рег. № 474/2020
Получена 13.08.2020
Получена в
доработанном виде
02.09.2020
Одобрена 12.09.2020
Доступна онлайн
15.10.2020

УДК 338
JEL: L20, L21, L53,
M14

Ключевые слова:

корпоративная
социальная
ответственность,
градообразующие
предприятия,
монопрофильные
муниципальные
образования,
стейкхолдеры,
эмпирический анализ

Аннотация

Предмет. Детерминанты социальной ответственности градообразующих предприятий.

Цели. Исследование связи между социально-экономическим положением монопрофильного муниципального образования, на территории которого компания осуществляет свою деятельность, и корпоративной социальной ответственностью.

Методология. Основными методами исследования выступают регрессионный анализ и одномерный анализ пространственных данных. В качестве прокси уровня корпоративной социальной ответственности (результатирующей переменной) применен показатель рейтинговой оценки, вычисленный по авторской методике.

Результаты. Представлена информация о современном положении градообразующих предприятий и моногородов в России. Выявлено наличие связи между принадлежностью градообразующего предприятия к моногороду с определенным социально-экономическим положением и уровнем корпоративной социальной ответственности. Однако средний уровень показателя рейтинговой оценки корпоративной социальной ответственности по всей выборочной совокупности является крайне низким.

Выводы. Положение градообразующих компаний с большой вероятностью будет ухудшаться. Увеличение уровня социальной ответственности во время кризиса представляется маловероятным. По мере сбора данных за последующие периоды эконометрические методы позволят выявить большее количество закономерностей.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2020

Для цитирования: Бадькова И.Р. Корпоративная социальная ответственность градообразующих предприятий: эмпирический анализ на примере Приволжского федерального округа // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – Т. 18, № 10. – С. 1894 – 1909.
<https://doi.org/10.24891/re.18.10.1894>

Введение

Современная мировая экономика проходит через значимый кризис. Пандемия COVID-19 также оказывает негативное воздействие на бизнес по всему миру,

поэтому все большую актуальность приобретает вопрос корпоративной социальной ответственности (КСО) как фактора формирования устойчивости организаций за счет лояльного отношения со стороны стейкхолдеров.

Тяжелый период коснулся и градообразующих предприятий, которые играют важную роль в экономике России. Монопрофильные муниципальные образования, на территории которых данные компании осуществляют свою деятельность, формируют около 40% валового регионального продукта страны¹. Однако многие из них находятся в тяжелом положении еще со времен распада СССР. О важности поддержки моногородов неоднократно говорил и Президент РФ В.В. Путин. Представляется, что помимо государственной поддержки моногородов, как и градообразующих предприятий, необходима грамотно выстроенная политика социальной ответственности последних.

Целью данной работы выступает исследование уровня КСО градообразующих предприятий на примере Приволжского федерального округа. В частности, интересным представляется рассмотрение связи между социально-экономическим положением моногородов и социальной ответственностью градообразующих предприятий.

Градообразующие предприятия и монопрофильные муниципальные образования в России

Градообразующими предприятиями в России, согласно Федеральному закону «О несостоятельности (банкротстве)», признаются юридические лица, численность работников которых составляет не менее двадцати пяти процентов численности работающего населения соответствующего населенного пункта². Безусловно, данное определение является формальным и следует дополнительно выделить ряд характерных свойств подобных компаний, а именно:

- предприятие охватывает более половины общегородского производства;
- на балансе предприятия, как правило, числятся социально-коммунальные и инфраструктурные объекты, обслуживающие как минимум 30% жителей населенного пункта;
- поступления от предприятия составляют более 20% доходной части бюджета города.

¹ Измайлова М.А., Спехина В.В. Анализ корпоративной социальной ответственности градообразующих предприятий на примере ПАО «Лукойл». В кн.: Научное сообщество студентов: Материалы X Международной студенческой научно-практической конференции. Чебоксары: Интерактив +, 2016. С. 193–195.

² Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ.
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/

Следует заметить, что для отнесения предприятия к градообразующим достаточно выполнения даже только одного из параметров [1].

Муниципальные образования, в которых градообразующие предприятия осуществляют деятельность, называют монопрофильными (моногородами). Перечень монопрофильных муниципальных образований определен Распоряжением Правительства РФ «Об утверждении перечня монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)»³ и включает в себя 319 городов с общей численностью населения более 13 млн чел.

Среди основных параметров отнесения муниципального образования к монопрофильным можно выделить следующие:

- на его территории осуществляют деятельность одно или несколько градообразующих предприятий;
- зависимость бюджета города от доходов, поступающих от градообразующих предприятий;
- большая часть населения занята на однотипных должностях;
- удаленность от крупных населенных пунктов и, как следствие, низкая мобильность населения [2].

Аналитический доклад Института комплексных стратегических исследований (ИКСИ) «Обзор российских моногородов»⁴, составленный по данным Росстата, выделяет три категории подобных населенных пунктов:

- с наиболее сложным социально-экономическим положением («красная зона») – 94 моногорода, 3,22 млн чел.;
- с рисками ухудшения социально-экономического положения («желтая зона») – 154 моногорода, 5,62 млн чел.;
- со стабильной социально-экономической ситуацией («зеленая зона»): – 71 моногород, 4,19 млн чел.

Таким образом, социально-экономическое положение большей части моногородов является сложным или потенциально ухудшающимся.

Наиболее благоприятным этапом развития моногородов можно назвать советский период. В последующем череда кризисов привела к тяжелому этапу развития этих

³ Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р (ред. от 21.01.2020) «Об утверждении перечня монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)».
URL: <https://rulaws.ru/government/Rasporyazhenie-Pravitelstva-RF-ot-29.07.2014-N-1398-r/>

⁴ Аналитический доклад ИКСИ. Обзор российских моногородов.
URL: https://icss.ru/images/pdf/research_pdf/MONOTOWNS.pdf

муниципальных образований. Однако в 2014 г. был создан Фонд развития моногородов (Фонд), целью которого выступает создание необходимых условий для формирования новых рабочих мест, привлечения инвестиций и развития городской среды моногородов. Фонд реализует большое количество проектов по содействию развитию моногородов, однако кризисные явления служат серьезным барьером на пути развития как моногородов, так и градообразующих предприятий, несмотря на государственную поддержку.

Кроме того, во многом устойчивое развитие моногородов определяется деятельностью градообразующих предприятий, включая их социальную ответственность, которая является традиционным явлением для подобных компаний, так как еще в период существования СССР они обеспечивали город инфраструктурой, формировали трудовую занятость населения, обеспечивали доходы населения и местного бюджета. Данные направления корпоративной социальной ответственности исследователи по-прежнему относят к основным для градообразующих предприятий.

В условиях кризиса подобным компаниям сложно уделять должное внимание социально направленной деятельности, так как большая часть доходов предприятий направлена на осуществление операционной деятельности. Однако важным представляется осознание наличия инструментального подхода (Р. Акерман [3], Дж. Пост, Л. Престон [4]), согласно которому реализация компаниями социальной ответственности в долгосрочной перспективе может привести к повышению финансовой эффективности предприятия, в противовес нормативному подходу (Х. Боуэн [5], Дж. МакГуайер [6], В. Фредерик [7–9], С. Сети [10], Д. Вотау [11]), когда социальные проекты осуществляются исключительно из этических соображений. Эффекты от инструментального подхода достигаются за счет роста лояльности со стороны различных групп стейкхолдеров (Р. Фриман [12–14], А. Фридмана, С. Милса [15], Й. Фасин [16]) и восприятия компании как надежной (репутационное «гало»).

Представляется интересным проведение эмпирического анализа КСО градообразующих предприятий, чему будет посвящен следующий раздел исследования.

Эмпирический анализ

Выборка представлена 47 градообразующими предприятиями, осуществляющими деятельность на территории Приволжского федерального округа (ПФО). Следует заметить, что в границах данного федерального округа расположено наибольшее количество моногородов (79). Информация собрана по всем публичным акционерным обществам, раскрывшим годовую бухгалтерскую отчетность за 2019 г.

Первым методом исследования выступает регрессионный анализ пространственных данных. В качестве переменной, обозначающей КСО, использована рейтинговая оценка раскрытия компаниями информации о социальной ответственности. Методика составления данного рейтинга представлена в работе [17]: определяется раскрытие (1 балл) или нераскрытие (0 баллов) каждой компанией информации по 27 пунктам, включающим социальные, экологические аспекты, а также аспекты корпоративного управления. Сумма баллов по предприятию и служит прокси переменной КСО для целей данного исследования.

Объясняемыми переменными выбраны $EBITDA_{margin}$, леверидж, возраст, размер и дамми-переменная принадлежности моногорода, на территории которого осуществляет деятельность градообразующее предприятие, к одной из трех зон: «красной», «желтой» или зеленой».

Данные получены на основании изучения годовых бухгалтерских отчетностей, годовых отчетов, отчетов об устойчивом развитии, а также в целом на официальных сайтах компаний. Сбор данных за более ранние периоды представляется невозможным в силу специфики формирования рейтинга. Описание всех переменных и их описательная статистика в рамках выборочной совокупности приведены в *табл. 1*. Гипотезы данного исследования представлены далее.

Гипотеза H_1 : принадлежность к одной из категорий моногородов согласно их социально-экономическому положению («красная», «желтая», «зеленая» зоны) положительно коррелируется с уровнем социальной ответственности градообразующих компаний. Как правило, социально-экономическое положение города непосредственно вытекает из состояния градообразующих предприятий. Компании с неустойчивым экономическим положением в большинстве случаев не имеют возможности реализовывать социально ответственные проекты. Об этом говорит теория достаточности (недостаточности) ресурсов, которая, вероятнее всего, является справедливой для сегодняшнего российского рынка с учетом его низкой информационной эффективности. Логично предположить, что градообразующие предприятия из «красных» зон будут менее социально ответственными, чем из «желтых», которые, в свою очередь, менее социально ответственны, чем предприятия из «зеленых» зон.

Гипотеза H_2 : чем выше $EBITDA_{margin}$, тем выше уровень социальной ответственности компании. Данная гипотеза также объясняется ресурсной теорией: компании реализуют политику КСО при условии наличия для этого ресурсов. Для развитых стран, где рынок является информационно эффективным, справедливы другие теории, например стейкхолдерская или репутационная. Связь в таком случае будет обратной: чем более социально ответственна компания, тем больший уровень доходности будет достигнут в долгосрочной перспективе.

Гипотеза H_3 : уровень финансового левериджа позитивно скоррелирован с уровнем КСО компаний. Высокий уровень социальной ответственности, как правило, воспринимается как признак надежности организации. Логично предположить, что КСО будет использоваться для снижения восприятия рискованности компании ввиду высокого уровня финансового левериджа.

Гипотеза H_4 : возраст компании имеет прямое влияние на реализацию КСО. Поскольку формирование репутации компании происходит в длительной перспективе, социальная ответственность может восприниматься компанией как способ сохранения долгосрочной репутации.

Гипотеза H_5 : размер компании оказывает положительное воздействие на реализацию политики КСО. Принято полагать, что крупные компании обладают ресурсами. Согласно ресурсной теории, можно предположить, что они будут осуществлять политику КСО, так как имеют для этого финансовые возможности.

Для тестирования соответствующих гипотез составлена следующая модель:

$$CSR_{rating} = \alpha + \beta_1 \cdot dummy_1 + \beta_2 \cdot dummy_2 + \beta_3 \cdot EBITDA_{margin} + \beta_4 \cdot Lev + \beta_5 \cdot Age + \beta_6 \cdot Size + v, \quad (1)$$

где: α – свободный член регрессии; CSR_{rating} – переменная, представляющая количество баллов по рейтингу КСО; $dummy_1$ – дамми-переменная (принимает значение 1, если градообразующее предприятие осуществляет деятельность на территории моногорода из «красной» зоны, 0 – в ином случае); $dummy_2$ – дамми-переменная (принимает значение 1, если градообразующее предприятие осуществляет деятельность на территории моногорода из «желтой» зоны, 0 – в ином случае); $EBITDA_{margin}$ – бухгалтерский показатель рентабельности по $EBITDA$; Lev – переменная, описывающая уровень финансового левериджа; Age – переменная, характеризующая количество лет, прошедших с момента регистрации компании в качестве акционерного предприятия; $Size$ – переменная, характеризующая размер компании (натуральный логарифм от выручки компании); v – случайная ошибка регрессии.

Модель протестирована с использованием программного пакета STATA 13.0. Результаты представлены на *рис. 1*. Дополнительно проведен корреляционный анализ для выявления мультиколлинеарности между переменными, который показал слабые корреляционные связи (*рис. 2*).

Как показывает полученная модель, можно говорить о подтверждении основной гипотезы: принадлежность градообразующих предприятий к моногородам определенного социально-экономического статуса оказывает воздействие на уровень социальной ответственности компаний. Дамми-переменная «зеленой» зоны выступает в модели как референтная, коэффициенты при переменных «красной» и «желтой» зоны оказались отрицательными и статистически значимыми (в обоих случаях воздействие на социальную ответственность негативно). При этом

коэффициент при первой из них больше, чем при второй: принадлежность к красной зоне в большей степени негативно влияет на КСО компаний, чем к желтой.

Однако следует заметить, что в среднем по всей выборочной совокупности сумма баллов по рейтингу КСО составляет 4,87 (18% от общего количества индикаторов), что является крайне низким значением.

Кроме того, подтвердилась гипотеза о влиянии размера компании на социальную ответственность градообразующих предприятий. Следовательно, можно сделать вывод о том, что крупные предприятия, как правило, обладающие большими ресурсами, чем компании меньшего размера, могут направлять ресурсы на реализацию политики социальной ответственности.

Стоит заметить, что подобные предприятия испытывают усиленное давление со стороны стейкхолдеров, особенно работников компаний, представляющих собой (совместно с семьями) большую часть местного сообщества. Если компания не будет обеспечивать сотрудников социальной поддержкой, не будет осуществлять вложения в развитие инфраструктуры города, включая учреждения здравоохранения, образования, культуры, спорта, вероятнее всего, будет происходить утечка кадров в более крупные города, что крайне невыгодно для любого предприятия. Однако для многих градообразующих компаний дополнительно в таком случае встает вопрос сложности привлечения новых высококвалифицированных кадров в моногорода (как правило, не крупные).

Гипотезы о влиянии доходности ($EBITDA_{margin}$), лeverиджа и возраста компании, в свою очередь, не нашли подтверждения. Вероятнее всего, определенную роль сыграла череда кризисных явлений за прошедшие десятилетия, поскольку для градообразующих предприятий они часто могут иметь более серьезные последствия в силу таких проблем, как отсутствие диверсификации производства, нежелание высококвалифицированных кадров работать в моногородах, высокое давление со стороны местных сообществ.

Для более детального выявления влияния принадлежности моногородов, где градообразующие предприятия осуществляют деятельность, на показатели использован одномерный анализ. Соответственно, выборка разделена на три части по данному критерию. Одномерный анализ проводится для определения статистической значимости разности средних значений (параметрический тест с использованием двухвыборочного t -теста) и медиан (непараметрический тест Манна-Уитни). В качестве нулевых гипотез выступает утверждение о том, что средние значения для параметрического теста и медианы для непараметрического равны. Тест используется для пар выборочных совокупностей. Соответственно, оценены три пары групп данных: относящиеся к «красной» и «желтой» зонам, к «красной» и «зеленой», к «желтой» и «зеленой».

В табл. 2 представлены средние значения и медианы всех показателей по группам («красная», «желтая» и «зеленая» зоны). На рис. 3 приведены результаты одномерного анализа в форме матрицы для каждого из показателей, использованных в рамках данного исследования.

Как показали результаты одномерного анализа, принадлежность моногородов к зонам с определенным социально-экономическим положением оказывает воздействие на социальную ответственность компаний при сравнении «желтой» и «красной» зон с «зеленой», что подтверждается параметрическим и непараметрическим тестами. Следовательно, градообразующие предприятия, осуществляющие деятельность в моногородах с благоприятным социально-экономическим положением, действительно являются более социально ответственными, что также подтверждает первую гипотезу.

Одномерный анализ (параметрический тест) показал влияние принадлежности моногородов к определенному классу на показатель левериджа: в «красной» зоне он значительно выше, чем в «желтой» и «зеленой». Также некоторое влияние, судя по тесту Манна–Уитни, имеется на показатель размера компании: в «зеленой» зоне он выше, чем в «желтой».

Для показателей $EBITDA_{margin}$ и возраста компании подтверждения наличия зависимости от расположения градообразующего предприятия на территории моногородов с определенным социально-экономическим положением не обнаружено.

Безусловно, основным ограничением данного исследования является малый размер выборочной совокупности. Однако в целом выводы, полученные в результате данного эмпирического исследования, на наш взгляд, можно считать достаточно показательными. Метод исследования, вероятно, даст еще более значимые результаты при использовании его на большей выборке.

Также представляет интерес дальнейшее тестирование панельных данных с выявлением фиксированных индивидуальных эффектов. В настоящее время проведение подобного теста по нашей методике представляется невозможным ввиду специфики формирования рейтинга КСО, не позволяющей собрать данные за предшествующие годы. Таким образом, данное исследование можно назвать пилотным и в последующем использовать его как базу для осуществления дальнейшего анализа по данной тематике.

Заключение

В рамках эмпирического исследования было использовано два метода: регрессионный анализ пространственных данных и одномерный анализ. Эти методы показали наличие связи между принадлежностью градообразующего предприятия к моногороду с определенным социально-экономическим положением

и уровнем КСО: компании из монопрофильных муниципальных образований, в которых сложилась благоприятная обстановка, склонны в большей степени раскрывать соответствующую информацию. Также отмечено, что социально-экономическое положение моногородов, в свою очередь, напрямую зависит от положения самих градообразующих предприятий.

Однако в целом средний уровень рейтинга КСО является крайне низким (4,87 баллов из 27). Это говорит о том, что в общем градообразующие предприятия проявляют недостаточную социальную ответственность. Также можно отметить, что связи между доходностью компаний и уровнем КСО не выявлено. Возможно, причина заключается в том числе и в малом объеме выборки.

В условиях текущего кризиса положение подобных компаний, вероятнее всего, будет ухудшаться. Можно предположить, что устоявшаяся политика корпоративной социальной ответственности, являющаяся частью стратегии устойчивого развития предприятий, помогла бы им легче пережить подобные явления в экономике благодаря высокому уровню лояльности со стороны стейкхолдеров. Однако маловероятно, что в подобных условиях компании будут усиливать данный элемент деятельности. Таким образом, данное исследование является пилотным. Пополнение выборочной совокупности и применение других методов, вероятно, позволят сделать более обоснованные выводы. Однако в целом исследование является показательным и может служить основой для проведения дальнейшей работы.

Таблица 1

Описательная статистика использованных в модели переменных

Table 1

Descriptive statistics of the variables used in the model

Переменная	Описание	Среднее	Среднеквадратическое отклонение	Min	Max
Рейтинг КСО	Количество баллов по рейтингу	4,8723	4,9238	0	19
$EBITDA_{margin}$	$EBITDA$ /Выручка	0,1837	0,2568	-0,589	0,7993
Лeverидж	Доля долга в структуре финансирования	0,54	0,3142	0	0,9565
Возраст	Количество лет со дня регистрации компании	25,2766	3,8713	10	29
Размер	Натуральный логарифм выручки	8,4102	2,692	1,9459	16,8331
Принадлежность к «красной» зоне	Дамми-переменная равна 1, если относится к «красной» зоне, и равна 0 в другом случае	0,3617	0,4857	0	1
Принадлежность к «желтой» зоне	Дамми-переменная равна 1, если относится к «желтой» зоне, и равна 0 в другом случае	0,4255	0,4998	0	1
Принадлежность к «зеленой» зоне	Дамми-переменная равна 1, если относится к «зеленой» зоне, и равна 0 в другом случае	0,2128	0,4137	0	1

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 2**Средние значения и медианы показателей по зонам****Table 2****Indicator averages and medians by zone**

Показатели	Среднее значение		
	«красная зона» (n=10)	«желтая зона» (n=20)	«зеленая зона» (n=17)
Рейтинг КСО	3,5	3,8	6,9412
$EBITDA_{margin}$	0,172	0,1775	0,198
Лeverидж	0,6235	0,5578	0,4626
Возраст	26,6	25,5	24,2353
Размер	8,0792	8,155	8,9051

Продолжение

Показатели	Медиана		
	«красная зона» (n=10)	«желтая зона» (n=20)	«зеленая зона» (n=17)
Рейтинг КСО	1,5	2	5
$EBITDA_{margin}$	0,1552	0,1182	0,1604
Лeverидж	0,8398	0,6462	0,3922
Возраст	27	26	26
Размер	8,6364	7,5921	9,1684

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Рисунок 1****Результаты оценки влияния показателей на рейтинг корпоративной социальной ответственности компаний****Figure 1****The results of assessment of the impact of indicators on the companies' CSR rating**

Характеристика	Коэффициент	$P> z $
$EBITDA_{margin}$	1,2384	0,617
Лeverидж	1,4082	0,138
Возраст	0,2042	0,229
Размер	0,9869	0,001
Принадлежность к «красной» зоне	-4,2974	0,023
Принадлежность к «желтой» зоне	-2,8107	0,049
Принадлежность к «зеленой» зоне	-	-
$Const$	-7,6917	0,082
R^2		0,401
F		4,46
$Prob > F$		0,002

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Рисунок 2**Результаты корреляционного анализа (матрица Пирсона)****Figure 2****The results of correlation analysis: Pearson matrix**

	<i>EBITDA_{margin}</i>	<i>Lev</i>	<i>Age</i>	<i>Size</i>	<i>Red</i>	<i>Yellow</i>	<i>Green</i>
<i>EBITDA_{margin}</i>	1	–	–	–	–	–	–
<i>Lev</i>	–0,24	1	–	–	–	–	–
<i>Age</i>	0,01	0,06	1	–	–	–	–
<i>Size</i>	–0,02	–0,41	0,23	1	–	–	–
<i>Red</i>	–0,02	0,4	0,18	–0,06	1	–	–
<i>Yellow</i>	–0,02	–0,12	0,05	–0,08	–0,45	1	–
<i>Green</i>	0,04	–0,22	–0,2	0,14	–0,39	–0,65	1

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 3**Матрица результатов одномерного анализа по зонам экономического развития моногородов: «красная», «желтая» и «зеленая» зоны****Figure 3****A matrix of the results of univariate analysis by monotown economic development zone: Red, Yellow, and Green**

<i>Рейтинг КСО</i>							
<i>p</i> -значение для <i>t</i> -теста				<i>p</i> -значение для теста Манна-Уитни			
Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»	Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»
«красная»	1	–	–	«красная»	1	–	–
«желтая»	0,857	1	–	«желтая»	0,9287	1	–
«зеленая»	0,0946	0,0653	1	«зеленая»	0,0956	0,061	1
<i>EBITDA_{margin}</i>							
<i>p</i> -значение для <i>t</i> -теста				<i>p</i> -значение для теста Манна-Уитни			
Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»	Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»
«красная»	1	–	–	«красная»	1	–	–
«желтая»	0,9632	1	–	«желтая»	0,7918	1	–
«зеленая»	0,7453	0,8143	1	«зеленая»	0,5807	0,3935	1
<i>Лeverидж</i>							
<i>p</i> -значение для <i>t</i> -теста				<i>p</i> -значение для теста Манна-Уитни			
Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»	Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»
«красная»	1	–	–	«красная»	1	–	–
«желтая»	0,0509	1	–	«желтая»	0,291	1	–
«зеленая»	0,0338	0,2438	1	«зеленая»	0,132	0,3294	1
<i>Возраст</i>							
<i>p</i> -значение для <i>t</i> -теста				<i>p</i> -значение для теста Манна-Уитни			
Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»	Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»
«красная»	1	–	–	«красная»	1	–	–
«желтая»	0,3296	1	–	«желтая»	0,3767	1	–
«зеленая»	0,1740	0,3709	1	«зеленая»	0,1752	0,3972	1
<i>Размер</i>							
<i>p</i> -значение для <i>t</i> -теста				<i>p</i> -значение для теста Манна-Уитни			
Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»	Зоны	«красная»	«желтая»	«зеленая»
«красная»	1	–	–	«красная»	1	–	–
«желтая»	0,9492	1	–	«желтая»	0,5673	1	–
«зеленая»	0,4646	0,3472	1	«зеленая»	0,5807	0,0824	1

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Крюкова О.Г., Арсенова Е.А. Влияние мирового финансового кризиса на экономику моногородов // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2010. № 1. С. 80–87. URL: <https://doi.org/10.17747/2078-8886-2010-1-80-87>
2. Алпатов Г.Е., Якушкина А.А. Влияния состояния градообразующих предприятий на устойчивость моногородов // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2017. № 2. С. 8–17. URL: <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2017-10-2-8-17>
3. Ackerman R.W. How Companies Respond to Social Demands. *Harvard Business Review*, 1973, vol. 51, iss. 4, pp. 88–98.
4. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford, Stanford University Press, 2002, 376 p.
5. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. New-York, Harper & Brothers, 1953, 276 p.
6. McGuire J. Business and Society. New-York, McGraw-Hill, 1963, 312 p.
7. Frederick W.C. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. *Business and Society*, 1994, vol. 33, iss. 2, pp. 150–164. URL: <https://doi.org/10.1177/000765039403300202>
8. Frederick W.C. Moving to CSR: What to Pack for the Trip. *Business and Society*, 1998, vol. 37, iss. 1, pp. 40–59. URL: <https://doi.org/10.1177/000765039803700103>
9. Frederick W.C. Toward CSR3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs. *California Management Review*, 1986, vol. 28, no. 2, pp. 126–141. URL: <https://doi.org/10.2307/41165190>
10. Sethi S.P. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, 1975, vol. 17, no. 3, pp. 58–64. URL: <https://doi.org/10.2307/41162149>
11. Votaw D. Genius Becomes Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility Pt. II. *California Management Review*, 1973, vol. 15, iss. 3, pp. 5–19. URL: <https://doi.org/10.2307/41164435>
12. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, Pitman, 1984, 276 p.

13. *Freeman R.E.* Response: Divergent Stakeholder Theory. *The Academy of Management Review*, 1999, vol. 24, no. 2, pp. 233–236. URL: <https://doi.org/10.2307/259078>
14. *Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C.* Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success. New Haven, Yale University Press, 2007, 200 p.
15. *Friedman A.L., Miles S.* Stakeholders: Theory and Practice. Oxford, Oxford University Press, 2006, 330 p.
16. *Fassin Y.* Stakeholder Management, Reciprocity and Stakeholder Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 2012, vol. 109, iss. 1, pp. 83–96. URL: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1381-8>
17. *Беляева И.Ю., Батаева Б.С., Данилова О.В. и др.* Развитие корпоративных стратегий и технологий в российских компаниях: монография. Тверь: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2019, 387 p.

Информация о конфликте интересов

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

AN EMPIRICAL ANALYSIS OF TOWN-FORMING ENTERPRISES' CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: EVIDENCE FROM THE VOLGA FEDERAL DISTRICT

Idelya R. BADYKOVA

Kazan National Research Technological University (KNRTU),
Kazan, Republic of Tatarstan, Russian Federation
Idelya.nizamova@gmail.com
ORCID: not available

Article history:

Article No. 474/2020
Received 13 August 2020
Received in revised form
2 September 2020
Accepted 12 Sept 2020
Available online
15 October 2020

JEL classification: L20,
L21, L53, M14

Keywords: corporate
social responsibility,
systemic company,
single-industry town,
stakeholders, empirical
analysis

Abstract

Subject. This article explores the determinants of social responsibility of backbone enterprises.

Objectives. The article aims to investigate the relationships between the socio-economic situation of the monotown where the backbone company operates, and corporate social responsibility (CSR).

Methods. For the study, I used a regression analysis and univariate analysis of spatial data. The rating estimates calculated using an original methodology are used as a CSR proxy (dependent variable).

Results. Presenting information about the current situation of backbone enterprises and monotowns in Russia, the article reveals the existence of relationships between the backbone enterprise's affiliation to a monotown with a certain socio-economic situation and the level of corporate social responsibility.

Conclusions. The situation of the backbone companies is likely to deteriorate. Increasing the level of social responsibility during a crisis seems unlikely.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2020

Please cite this article as: Badykova I.R. An Empirical Analysis of Town-Forming Enterprises' Corporate Social Responsibility: Evidence from the Volga Federal District. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2020, vol. 18, iss. 10, pp. 1894–1909.
<https://doi.org/10.24891/re.18.10.1894>

References

1. Kryukova O.G., Arsenova E.A. [Global financial crisis impact on single-industry towns' economy]. *Strategicheskie resheniya i risk-menedzhment = Strategic Decisions and Risk Management*, 2010, no. 1, pp. 80–87. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.17747/2078-8886-2010-1-80-87>
2. Alpatov G.E., Iakushkina A.A. [The impact of the state of city-forming enterprises on single-industry towns stability]. *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskii menedzhment*, 2017, no. 2, pp. 8–17. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2017-10-2-8-17>

3. Ackerman R.W. How Companies Respond to Social Demands. *Harvard Business Review*, 1973, vol. 51, iss. 4, pp. 88–98.
4. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford, Stanford University Press Publ., 2002, 376 p.
5. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman. New-York, Harper & Brothers, 1953, 276 p.
6. McGuire J. Business and Society. New-York, McGraw-Hill, 1963, 312 p.
7. Frederick W.C. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought. *Business and Society*, 1994, vol. 33, iss. 2, pp. 150–164.
URL: <https://doi.org/10.1177/000765039403300202>
8. Frederick W.C. Moving to CSR: What to Pack for the Trip. *Business and Society*, 1998, vol. 37, iss. 1, pp. 40–59. URL: <https://doi.org/10.1177/000765039803700103>
9. Frederick W.C. Toward CSR3: Why Ethical Analysis is Indispensable and Unavoidable in Corporate Affairs. *California Management Review*, 1986, vol. 28, no. 2, pp. 126–141. URL: <https://doi.org/10.2307/41165190>
10. Sethi S.P. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework . *California Management Review*, 1975, vol. 17, no. 3, pp. 58–64.
URL: <https://doi.org/10.2307/41162149>
11. Votaw D. Genius Becomes Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility Pt. II. *California Management Review*, 1973, vol. 15, iss. 3, pp. 5–19.
URL: <https://doi.org/10.2307/41164435>
12. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston, Pitman, 1984, 276 p.
13. Freeman R.E. Response: Divergent Stakeholder Theory. *The Academy of Management Review*, 1999, vol. 24, no. 2, pp. 233–236. URL: <https://doi.org/10.2307/259078>
14. Freeman R.E., Harrison J.S., Wicks A.C. Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success. New Haven, Yale University Press, 2007, 200 p.
15. Friedman A.L., Miles S. Stakeholders: Theory and Practice. Oxford, Oxford University Press, 2006, 330 p.
16. Fassin Y. Stakeholder Management, Reciprocity and Stakeholder Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 2012, vol. 109, iss. 1, pp. 83–96.
URL: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1381-8>

17. Belyaeva I. Yu., Bataeva B. S., Danilova O. V. et al. *Razvitie korporativnykh strategii i tekhnologii v rossiiskikh kompaniyakh: monografiya* [The development of corporate strategies and technologies in Russian companies: a monograph]. Tver, Financial University under Government of Russian Federation Publ., 2019, 387 p.

Conflict-of-interest notification

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