

## **УПРАВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ**

Статья посвящена исследованию управленческих аспектов корпоративной социальной ответственности ведущих российских компаний, рассмотрению организационного обеспечения корпоративной социальной деятельности отечественного бизнеса и особенностей интеграции корпоративной социальной ответственности в корпоративную стратегию российских компаний.

**Ключевые слова:** Корпоративная социальная ответственность (КСО), организационное обеспечение КСО, стадии организационного обучения КСО, корпоративная стратегия в области КСО.

Современные профессиональные исследования в области корпоративной социальной ответственности (КСО) свидетельствуют о возрастании интереса отечественного бизнеса к вопросам КСО [1, с.29.]. Как показывает проведенный специалистами анализ «лучших практик» КСО, развитие корпоративной социальной деятельности ведущих российских компаний – «лидеров КСО» сегодня в целом соответствует общемировым тенденциям [2, с. 4; 3, с. 10.].

При этом актуальность решения многих проблем в области КСО сохраняется. В частности, особую значимость сегодня приобретают вопросы организационного обеспечения КСО, которое, по оценкам экспертов, в соответствии с общемировой тенденцией характеризуется как «организационное обучение», рассматриваемое как последовательное развитие всей системы управления КСО в компании, накопления необходимых знаний и компетенций [2, с. 16-17.].

Опираясь на известную модель С. Задека, специалисты выделяют пять стадий организационного обучения КСО (1. Оборонительная, 2. Следование правилам, 3. Управленческая, 4. Стратегическая, 5. Гражданская), каждой из которых соответствуют определенные полномочия по управлению КСО, распределенные между подразделениями [3, с. 34.]. Для «оборонительной» стадии характерно отсутствие социально ответственной деятельности. На

второй стадии политика следования правилам рассматривается как политика издержек ведения бизнеса с целью недопущения снижения стоимости компании в среднесрочной перспективе в связи с репутационными и иными рисками. На третьей стадии в управленческих процессах начинают учитываться социально значимые вопросы и в выполнение соответствующих функций управления вовлекаются основные функциональные службы. На «стратегической» и «гражданской» стадиях координация реализации КСО осуществляется специализированными департаментами по КСО.

Как считают специалисты, анализ подразделений, непосредственно отвечающих за реализацию корпоративной стратегии в области КСО, позволяет выявить место и роль управления корпоративной социальной деятельностью в компании. По результатам проведенных российской Ассоциацией Менеджеров исследований, в которых обобщается и систематизируется существующий опыт КСО ведущих российских компаний, характерным для корпоративной социальной деятельности отечественного бизнеса является разнообразие подразделений компаний, непосредственно отвечающих за реализацию стратегии в области КСО. В таблице 1 представлен перечень таких подразделений (по данным исследований российской Ассоциации Менеджеров за 2008 г. и 2013 г.) [2, с.18; 3, с.35.].

*Таблица 1*

**Структурные подразделения компании, непосредственно отвечающие за реализацию корпоративной стратегии в области КСО**

Подразделения	компаний-респонденты (%)	
	2008 г.	2013 г.
Департамент по управлению персоналом	59	47,5
Все подразделения в рамках реализации своих функций	39	32,2
Департамент по связям с общественностью	38	52,5
Департамент по экологии и охране окружающей среды	14	20,3
Департамент по социальному развитию	12	11,9
Специально созданные межфункциональные группы	7	8,5
Департамент маркетинга	6	11,9
Департамент по КСО	5	18,6
Другое	14	23,7

Как показывают данные таблицы 1, при выявлении структурных подразделений, отвечающих за реализацию стратегий в области КСО, в исследуемый период произошло заметное увеличение подразделений по связям с общественностью – с 38 % в 2008 г. до 52,5 % в 2013 г. Это свидетельствует о том, что хотя компаниям-респондентам в большей степени характерны начальные стадии «организационного обучения» КСО – «оборонительная» и «следование правилам», существует реальная перспектива перехода их на более высокие стадии, обусловленная усилением взаимодействия компаний с внешними заинтересованными сторонами, активизации их способности реагирования на общественные ожидания [4].

При этом проведенное российской Ассоциацией Менеджеров исследование показало, что департаменты по связям с общественностью половины принимавших участие в исследовании компаний-респондентов в основном несут ответственность за реализацию благотворительных проектов, опережая в этой сфере департаменты по управлению персоналом (29,3 %) и департаменты по КСО (13,8 %). Это позволяет сделать вывод о том, что в «портфеле» корпоративных социальных инвестиций исследуемых компаний преобладает корпоративная благотворительность, ассоциируемая этими компаниями с КСО и реализуемая ими под управлением департамента по связям с общественностью [3, с. 35.].

В то же время, наблюдается интеграция КСО в деятельность основных функциональных служб. Так, департаменты по управлению персоналом как непосредственно отвечающие за реализацию стратегии в области КСО в 2013 г. сохранили свое лидирующее положение (47,5 %) с некоторым сокращением по сравнению с 2008 г. (59 %). Произошло также возрастание удельного веса департаментов маркетинга с 6 % в 2008 г. до 11,9 % в 2013 г. Такая реализация основных управленческих функций как социально значимых соответствует «управленческой» стадии «организационного обучения» КСО, переход к которой, к сожалению, происходит неравномерно.

«Управленческая» стадия «организационного» обучения КСО характерна и для значительного числа исследуемых компаний, отметивших, что все подразделения в рамках реализации своих функций непосредственно отвечают за реализацию корпоративной стратегии в области КСО. Доля таких компаний, участвовавших в исследовании, однако, сократилась – с 39 % в 2008 г. до 32,2 % в 2013 г. [2, с. 19; 3, с. 36.].

При этом произошло некоторое увеличение компаний, имеющих специальные подразделения социальной направленности, выполняющих функции, традиционно ассоциируемые с КСО. В частности, доля компаний, в которых функционируют департаменты по экологии и охране окружающей среды выросла с 14 % в 2008 г. до 20,3 % в 2013 г. Практически не изменилась доля компаний, имеющих специальные департаменты по социальному развитию (12 % - в 2008 г. и 11,9 % - в 2013 г.). Наличие таких служб позволяет сделать вывод о стратегическом подходе к реализации КСО в этих компаниях. Однако, несмотря на большую значимость специализированных подразделений, реализующих социальные и экологические проекты, на практике они не наделены полномочиями централизованного управления всем «портфелем» корпоративной социальной деятельности.

Таковыми подразделениями, координирующими реализацию корпоративной социальной деятельности в рамках единой корпоративной стратегии, являются департаменты по КСО и специально созданные межфункциональные группы. Как видно из таблицы 1, доля компаний-респондентов, участвовавших в исследовании российской Ассоциацией Менеджеров, в которых такие департаменты функционируют, возросла – департаменты по КСО в 2008 г. имели лишь 5 % исследуемых компаний, а в 2013 г. их доля увеличилась до 18,6 %, доля специально созданных межфункциональных групп увеличилась с 7 % в 2008 г. до 8,5 % в 2013 г. Несмотря на столь незначительные изменения в направлении создания единых координационных центров по КСО, можно, тем не менее, утверждать об определенном продвижении компаний к «стратегической» и «гражданской» стадиям «организационного обучения» КСО.

Одной из характеристик «организационного обучения» КСО является отношение компаний-респондентов к нефинансовой отчетности, позволяющее судить о качестве управления КСО и о его соответствии общемировым тенденциям. При этом нельзя не согласиться с мнением ученых относительно неоднозначности этой характеристики, обусловленной тем, что, с одной стороны подготовка таких отчетов способствует обогащению стратегии компании «духом» КСО, а с другой стороны, социальные отчеты зачастую направлены на решение не стратегических, а пиаровских задач. Например, отчеты о благотворительных программах, безусловно, отражают сущность КСО как благотворительной деятельности, но рассмотрение их как инструмента стратегического управления вряд ли возможно [2, с. 20].

Нефинансовая отчетность социально ответственными отечественными компаниями стала использоваться начиная с 2000 г., в основном корпорациями сырьевого и перерабатывающего секторов. По данным исследований российской Ассоциации Менеджеров в 2008 г. нефинансовые отчеты в соответствии с международными стандартами или в произвольной форме были выпущены 62 % компаний-респондентов, в 2013 г. эта цифра составила 48,3 %, а с учетом 26,7 % компаний, отражающих нефинансовые показатели в единой отчетности, этот показатель увеличился до 75 % [3, с. 39].

32 % компаний-респондентов рассматривают использование международных стандартов как атрибута корпоративной социальной деятельности при выходе на международные рынки и 82 % этих компаний при составлении нефинансовой отчетности опираются на опыт использования международных стандартов финансовой отчетности [2, с. 21; 5.]. Согласно результатам исследований российской Ассоциации Менеджеров, наиболее популярным среди компаний-респондентов является «Руководство по отчетности в области устойчивого развития GRI» (45,7 %). При составлении нефинансовой отчетности компании-респонденты руководствуются также Глобальным договором ООН (17,4 %) и Социальной хартией российского бизнеса (17,4 %), стандартами взаимодействия с заинтересованными сторонами AA 1000SES и AA 1000AS (15,3 %). Большая часть компаний (47,8 %) используют другие стандарты, учитывающие особенности их функционирования. Распространенным на практике является применение компаниями элементов разных стандартов нефинансовой отчетности, которые соответствуют отраслевой принадлежности, направлениям социальных инвестиций и степени интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию, то есть большая часть нефинансовой отчетности (37,9 %) представляется компаниями в свободной форме [3, с. 40-41.]. При этом следует подчеркнуть, что нефинансовая отчетность используется социально ответственными компаниями для повышения эффективности КСО в ограниченной степени. Как отмечают специалисты, современное состояние корпоративной социальной деятельности ведущих отечественных компаний отличается формированием устойчивой группы компаний – «лидеров КСО», соответствующих лучшим мировым образцам, и, в то же время, общим замедлением процесса интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию [3, с. 10].

## Библиографический список

1. Заводчикова Т.Б. Корпоративная социальная ответственность российских компаний: теория и практика // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 8 (130). С. 29-33.
2. Благов Ю.Е., Иванова Е.А. Корпоративная социальная ответственность в России: уроки национального доклада о социальных инвестициях // Российский журнал менеджмента. Т. 7, № 1, 2009. С.3-24.
3. Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества / Ю.Е. Благов (и др.); под общ. ред. Ю.Е. Благова, И.С. Соболева. СПб.: Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014. 144 с.
4. Алайцева Т.В. Модернизация, инновации и фондовый рынок // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: межвузов. сб. ст. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2015. Вып. 3. С. 5-13.
5. Фадеева Т.Н. О социальном налоговом вычете по налогу на доходы физических лиц // Стратегические ориентиры развития экономических систем в современных условиях: межвузов. сб. ст. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2015. Вып. 3. С. 180-185.

*Зотова И.В., Лана Е.А.*

*Самарский государственный университет*

### **К ВОПРОСУ О СПЕЦИФИКЕ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ТСЖ И ЖСК)**

В данной статье авторами предпринята попытка определить специфику деятельности некоммерческих организаций (на примере ТСЖ и ЖСК) в вопросах, касающихся ведения бухгалтерского учета и налогообложения в данных организациях и факторы, влияющие на них.

**Ключевые слова:** некоммерческие организации, жилищно-строительные кооперативы (ЖСК); товарищества собственников жилья (ТСЖ); коммунальные услуги, целевой финансирование, финансово-хозяйственная деятельность, общее имущество.