

Н. Г. Вагизова, Г. Х. Яруллина

АКТУАЛИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В НЕФТЕГАЗОХИМИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ (НА ПРИМЕРЕ НГДУ «ЯМАШНЕФТЬ»)

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, нефтегазохимический комплекс, принципы корпоративной социальной ответственности, социальные программы, социальная организация корпораций.

В статье отражена актуальность одной из задач стратегической инициативы НГДУ «Ямашнефть» – корпоративная социальная ответственность, которая является неотчуждаемой частью в социальной политике и экономической независимости компании. Успешная социальная политика компании – это результат согласованных действий, обеспечивающих достижения таких показателей социальной ответственности, которые соответствуют международным нормам и принципам в области устойчивого развития.

Keywords: corporate social responsibility, petrochemical complex, principles of corporate social responsibility, social programs, social organization of corporations.

Relevance of one of problems of a strategic initiative of NGDU «Yamashneft» – corporate social responsibility which is inalienable part in social policy and economic independence of the company is reflected in article. Successful social policy of the company is a result of the coordinated actions providing achievements of such indicators of social responsibility which meet the international standards and the principles in the field of a sustainable development.

Глобализация рынка, превращение его из национального в мировой, определяет для хозяйствующего субъекта необходимость внедрения нововведений в области техники, технологий, организации труда и управления, основанных на использовании и применении достижений науки и передового опыта. В центре всех этих явлений лежит интеллектуальный капитал – качество рабочей силы и мотивации работников. Недостаток комплексных научных разработок в области современных управленческих, социальных технологий усложняет процесс взаимодействия отечественных предприятий, государственной власти и общества. В процессе реализации социально-ответственной политики возрастает роль корпоративного управления, обеспечивающего достижение социальных, экономических и экологических целей предприятия. Научно обоснованное решение управленческих задач позволяет обеспечивать благоприятные социально-психологические условия на предприятии, влиять на развитие отношений с заинтересованными сторонами, своевременно предотвращать социальную напряженность, не нарушая принципов экономической эффективности.

Нефтегазодобывающее управление (НГДУ) «Ямашнефть» – одно из стабильно развивающихся подразделений ОАО «Татнефть». Правильно выбранная стратегия развития данного управления в области разработки месторождений, сбора и транспортировки нефти, сервисного производства и организации труда позволила за последние десятилетия добиться положительной динамики.

В этих условиях особое значение для НГХК приобретает определение и увеличение макроэкономического эффекта – положительного результата деятельности корпорации, не находящего прямого отражения в его прибыли.

Этот эффект включает:

- увеличение доли «человеческого капитала» и в связи с этим социального потенциала регионов, в которых действует корпорация;

- рост регионального и национального научно-технического потенциала, повышение восприимчивости к нововведениям;

- улучшение делового и инвестиционного климата, в том числе для развития малых и средних предприятий, выполняющих заказы корпораций и работающих по субподрядам;

- повышение деловой репутации корпорации и национального бизнеса в целом в связи с международным признанием ее информационной открытости, социальной ответственности и корпоративной культуры;

- сокращение государственных расходов на административное управление и контроль, выплату пособий по безработице, охрану общественного порядка, защиту окружающей среды в связи с развитием в регионах социальных и регулирующих функций корпораций, что позволяет сократить государственный аппарат, уменьшить налоги, ускорить развитие региональной рыночной, производственной и социальной инфраструктуры, предпринимательского климата;

- углубление региональной экономической интеграции и взаимовыгодных мирохозяйственных связей путем создания транснациональных корпораций, обеспечивающих больший эффект, чем межгосударственные соглашения об экономическом сотрудничестве.

Основные положения, выражающие природу и сущность деятельности по реализации корпоративной социальной ответственности в компании определяются принципами, формирующиеся в рамках общественных ожиданий. В последнее время общественные ожидания, адресованные бизнесу, значительно изменились, в настоящее время обществу стало не безразлично, как компания ведет свою деятельность, чем она при этом руководствуется и как она распоряжается своими доходами [1].

Для того чтобы компания осуществляла свою деятельность таким образом, чтобы соответствовать ожиданиям общества, она должна выработать

программу действий, связанную с соблюдением этических, правовых, благотворительных, природоохранных, коммерческих и общественных принципов.

Можно выделить следующие принципы корпоративной социальной ответственности:

1. Открытость:

- прозрачность (транспарентность). Принципы ведения социальной политики, социальные программы и механизмы их реализации должны быть четкими и понятными;

- публичность. Любая информация о корпоративной социальной ответственности, за исключением конфиденциальной, должна быть доступна общественности;

- достоверность. Недопустимо сокрытие или фальсификация данных о корпоративной социальной ответственности;

- диалог. Социальная политика строится на основе ведения диалога со всеми заинтересованными сторонами, обязательно наличие обратной связи с адресатами социальных программ.

2. Системность:

- направленность. Наличие приоритетных направлений реализации социальных программ;

- единство во времени (последовательность). Ответственность за текущую и прошлую деятельность, а также за будущее влияние деятельности Компании на внешний мир;

- единство в пространстве. Универсальные принципы корпоративной социальной ответственности для всех региональных подразделений Компании;

- регулярность. Отказ от единичных и фрагментарных акций в пользу планомерных программ и проектов в рамках в зафиксированных приоритетных направлений корпоративной социальной ответственности;

- интегрированность. Проникновение принципов корпоративной социальной ответственности во все бизнес-процессы и процесс принятия решений на всех иерархических уровнях.

3. Значимость:

- актуальность. Реализуемые программы корпоративной социальной ответственности должны быть своевременны и востребованы;

- масштабность. Программы корпоративной социальной ответственности должны охватывать значительную аудиторию и быть заметны для общества в целом;

- эффективность. Затраченные на реализацию программ средства должны ощутимо помогать в решении проблем, при этом результаты программ подлежат регулярной оценке и учету.

4. Недопущение конфликтов:

- политическая неангажированность. Неучастие в предвыборных кампаниях, поддержке политических партий или отдельных политических деятелей;

- отказ от поддержки националистических движений;

- отказ от поддержки фан-клубов. В том числе спортивных, музыкальных или иных моло-

дежных течений, противопоставляющих себя остальным [2].

НГДУ «Ямашнефть» обращает особое внимание на повышение уровня социальной ответственности в таких областях своей деятельности, как научно-техническая, экологическая, кадровая и социальная политика, развитие корпоративной культуры, культуры труда и этики бизнеса, содействие формированию гражданского общества и благоприятного делового климата в регионе.

Изменение структуры факторов экономического роста в постиндустриальном информационном обществе делает актуальной проблему корпоративного гражданства (*corporatecitizenship*), т.е. развития многосторонних связей между компанией, ее сотрудниками, государством, местным самоуправлением, некоммерческими организациями потребителей и другими институтами гражданского общества. Речь идет не о благотворительности в прежнем понимании этого слова, а о социальном маркетинге, позволяющем повысить деловую репутацию фирмы (*goodwill*), воспитать ее будущих работников и клиентов.

Все эти задачи требуют разработки системы показателей для оценки макроэкономического эффекта деятельности корпорации, который по своему содержанию, выступает как социальный. Перспективность развития современных корпораций в данном направлении подтверждается опытом НГДУ «Ямашнефть» последнего десятилетия.

Компания имеет право называть себя социально ответственной, а это означает, что компания действует по принципам социальной ответственности и осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для неё направлениях. Социальная активность компании выражается в проведении разнообразных социальных программ как внутренней, так и внешней направленности. Отличительными особенностями программ социальной активности являются добровольность их проведения, системный характер и связанность с миссией и стратегией развития компании [3].

Кодекс корпоративной социальной ответственности – документ, в котором компания добровольно и в инициативном порядке закрепляет свои обязательства перед обществом. Обязательства, предусмотренные кодексом, не должны нарушать требования законодательства, рассчитаны на долгосрочное взаимовыгодное партнерство с государством, обществом и бизнесом.

Кодекс корпоративной социальной ответственности применяется в рамках общей системы корпоративного управления для более эффективного контроля нефинансовых рисков и максимально эффективного использования возможностей, сильных сторон и ресурсов компании.

Все больше компаний участвует в различных внешних социальных проектах (федеральных и региональных), иницируемых как властью, так и самостоятельно. Основные направления социального партнерства бизнеса и власти [4]:

1) участие в финансировании иницируемых властью масштабных инвестиций в религиозные, медицинские, спортивные, культурные объекты, а также содержание объектов ЖКХ (в первую очередь градообразующими предприятиями);

2) поддержка деятельности и формирование базы медицинских, образовательных и культурных учреждений;

3) помощь в организации культурно - досуговой деятельности;

4) проведение образовательных проектов для населения;

5) поддержка инновационных проектов, направленных на развитие местного сообщества;

6) поддержка незащищённых групп населения.

Наибольшее значение и распространение имеют программы внешних социальных инвестиций в моногородах. Проводятся они, соответственно, градообразующими предприятиями, в основном на дополнительные средства, кроме налоговых платежей в местные бюджеты. С учетом того, что на градообразующих предприятиях работает большинство населения территорий присутствия крупных компаний, происходит фактически смыкание внутренней и внешней социальной политики.

В некоторых случаях внешняя социальная политика фирмы способствует устранению провалов государства в определенных направлениях социальной сферы; зачастую муниципальные и региональные власти согласуют и даже перекладывают значительную часть социальной нагрузки на предприятия [5].

Таким образом, эффективная корпоративная социальная ответственность на предприятиях нефтегазохимического комплекса возможна только при ряде условий:

1) возможность бизнеса принимать самостоятельные решения, ответственность не может быть обязанностью;

2) ответственность - это и понимание последствий самостоятельно принятых решений - последствий и результатов как непосредственных, так и последующих, опосредованных;

3) способность видеть цели и смысл развития бизнеса в контексте развития общества;

4) желание принимать решения, способствующие развитию общественных ценностей при имеющихся на предприятии нефинансовых ресурсах.

Социальные преобразования в обществе успешны тогда, когда в них сознательно и ответственно участвуют наиболее значимые силы. Взаимодействие политических, социальных и экономических субъектов, основанное на принципах социального партнёрства, позволяет обеспечить стабильное поступательное развитие государства. С повышением значимости нефинансовых факторов устойчивого развития, таких как социальная стабильность, экологическая безопасность, актуализируются практические и теоретические аспекты социальной ответственности.

Литература

1. Кричевский, Н.А. Корпоративная социальная ответственность/Н.А. Кричевский. - М.: Дашков и К, 2008 – 350 с.
2. Социальный менеджмент /С.Д. Ильенкова [и др.]. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2008 – 300 с.
3. Деревянченко, А.А. Формирование корпоративной социальной ответственности в современной России/ А.А. Деревянченко - М.: Социальные отношения, 2008 с. – 287 с.
4. Вагизова, Н.Г. Развитие внешней корпоративной социальной ответственности в нефтегазохимическом комплексе (по материалам ОАО «ЛУКОЙЛ»)/ Н.Г. Вагизова// Вестник Казанского технологического университета. – Казань, 2013. - №.24 – С. 200-201.
5. Вагизова, Н.Г. Система внутренней социальной ответственности на нефтехимических предприятиях/ Н.Г. Вагизова// Вестник Казанского технологического университета. – Казань, 2013. - №.24 – С. 205-206.

© Н. Г. Вагизова – ст. препод. каф. экономики КНИТУ; Г. Х. Яруллина – ст. препод. каф. экономики КНИТУ, gulnzdav@mail.ru.

© N. G. Vagizova - The senior teacher Department of economy of KNITU; G. Kh. Yarullina - The senior teacher Department of economy of KNITU, gulnzdav@mail.ru.