

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 молодежных 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 (corporate citizenship), 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), инициируемых как властью, так и самостоятельно. Основные направления социального партнерства бизнеса и власти [4]: 1) участие в финансировании инициируемых 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 - следствий 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.