решаем вместе

корпоративная социальная ответственность на территории пермского края

Аннотация

Что понимается под социальной ответственностью бизнеса перед обществом, перед государством? Какие существуют формы имиджевой политики? Представлены возможные ответы на эти вопросы и перечислены принципы, с помощью которых бизнес осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для него направлениях на примере группы ОАО «ЛУКОЙЛ» в Пермском крае.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, социальное партнерство, социально ответственная компания, благотворительность, региональная политика, социальная ответственность

Мингалева Жанна Аркадьевна
доктор экон. наук, профессор, заведующая, кафедра национальной экономики и экономической безопасности

Смилевская Ирина Павловна
аспирантка, консультант, аналитическое управление Аппарата Правительства Пермского края
ipsmilevskaya@appk.permregion.ru

Пермский государственный университет

Социальное партнерство, в отличие от государственно-частного, направлено на решение проблем социального развития территорий. Очень часто под социальным партнерством понимают лишь трехстороннее сотрудничество власти, бизнеса и профсоюзов. Но это только одна из возможных его форм, направленная на регулирование трудовых отношений.

Визитная карточка компании

Социальное партнерство представляет собой связь между бизнесом, властями и жителями территорий, где непосредственно осуществляется деятельность предприятия. В таком контексте социальное партнерство обретает новое содержание, суть которого заключается в конструктивном взаимодействии между тремя общественными силами (властью, бизнесом и общественными организациями). Сотрудничество возникает в результате понимания взаимной ответственности за решение проблем развития территории и

гарантированной реальной выгоды от совместной деятельности.

При этом перед бизнесом встает и ряд проблем, таких как поиск новых наиболее эффективных путей и способов развития и управления множеством отношений в современной бизнес-среде (от поставщиков до клиентов, от государственных органов до местных сообществ и т.д.), разработка механизмов воздействия на окружающую среду и все общество и др.

Социальная ответственность бизнеса также является одной из форм социального партнерства. Бизнес вкладывает в это понятие выплату зарплаты, своевременное и полное отчисление налогов, реализацию внутрикорпоративных социальных программ и т.д. Власть пытается привлечь бизнес для решения социальных проблем, которые часто решить самостоятельно в полной мере не в силах. На Всемирном бизнес-конгрессе за устойчивое развитие в докладе «Making Good Business Sense» («Создавая смысл для бизнеса») Лорд Холм и Ричард Уаттс дали такое определение социальной ответственности бизнеса: «Это постоянная приверженность бизнеса вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом». Таким образом, социальная ответственность во многом становится визитной карточкой самой компании.

сем вместе

Во имя человека

Социально ответственная компания действует на основе принципов социальной ответственности и осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для нее направлениях. К примеру, содействие развитию культуры социального проектирования среди населения и общественных организаций, финансовая поддержка реализации пилотных проектов оказания социальной помощи населению. Ее приоритетными направлениями являются:

1. Добросовестная деловая практика.
2. Развитие персонала, включающее, в том числе, обучение специалистов для формирования кадрового резерва и содействие в улучшении жилищных условий перспективным и квалифицированным специалистам через использование системы льгот.

сотрудничество возникает в результате понимания взаимной ответственности за решение проблем развития территории и гарантированной реальной выгоды от совместной деятельности

Так благодаря подбору президентом ОАО «ЛУКОЙЛ» В.Ю.Алекперовым эффективной команды и профессионалов-менеджеров высшего и среднего звена эти люди смогли раньше многих других оценить роль человеческого фактора в производственной и коммерческой деятельности. Главным определяющим моментом политики компании в области социально-трудовых отношений является, по словам президента ОАО «ЛУКОЙЛ», целенаправленная ориентация на «укрепление корпоративной морали», «лояльности и солидарной ответственности персонала», а также «развитие системы управления человеческими ресурсами» компании [3]. В официальных документах компании фигурирует также принцип «полного и гармоничного сочетания интересов», нацеленность менеджмента на воплощение формулы «компания – единая семья».

социально ответственная компания действует на основе принципов социальной ответственности и осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для нее направлениях

3. Безопасные условия труда и охрана здоровья на каждом рабочем месте: создание и поддержание дополнительных, наряду с законодательно закрепленными, безопасных условий труда и норм охраны здоровья.

4. Природоохранная деятельность и ресурсосбережение.

ОАО «ЛУКОЙЛ» на территории Пермского края за период с 2006 по 2010 год обеспечило экологическую и радиационную безопасность, разработку и проведение мероприятий по предотвращению загрязнения окружающей среды при осуществлении своей деятельности по добыче, транспортировке и переработке углеводородного сырья, газо- и нефтепродуктообеспечению. Также компания осуществила реализацию проектов защиты окружающей среды, в том числе программ по рекультивации нарушенных и загрязненных земель, восстановлению и очистке водных объектов. Сумма вложений компании в природоохранные мероприятия на территории Пермского края в 2006-2010 гг. составила 9,8 млрд рублей.

5. Социально ответственная реструктуризация.

6. Развитие местных сообществ, то есть содействие местным сообществам в эффективном управлении и развитии.

7. Поощрение благотворительности и волонтерства. Под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридиче-

благотворительность – самое зримое проявление социально ответственного поведения бизнеса

ских лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки [5].

Ответственное осознание

Благотворительность стала самой востребованной и популярной формой социальной активности. В идеале вся благотворительная деятельность носит добровольный характер, выходит за рамки установленного законом минимума социальных обязательств, которые несет бизнес. В целях повышения эффективности этой работы, перевода ее в новое качество необходимо при формировании благотворительных программ учитывать интересы и приоритеты органов местного самоуправления, поддержку деятельности депутатов и реализацию наказов избирателей. Также чтобы учитывать возможность привлечения дополнительных ресурсов регионального бюджета для социального развития территорий, необходимо участие в региональных конкурсах социальных проектов, долевое участие в финансировании социальных программ. По мнению вице-президента и исполнительного секретаря Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) И. Юргенса, «... нормальная, цивилизованная благотворительность системного характера в стране уже возникла и активно развивается» [1].

Благотворительность – самое зримое проявление социально ответственного поведения бизнеса. По мере развития рыночных отношений, появления крупных и сверхкрупных состояний и приобщения российских компаний к мировым торгово-финансовым операциям в стране создаются объективные и субъективные условия для таких форм социальной активности корпораций, которые характерны для традиционной рыночной экономики.

Партнерство ради развития

Выбор объекта для благотворительных акций остается за руководством предприятия и зависит от характера производственной деятельности компании и ее «географии», численности занятых, от предпочтений акционеров. Такие вложения средств

дем вместе

рассматривались и продолжают рассматриваться как эффективные ресурсы имиджевой политики. Так на территории Пермского края группа предприятий ОАО «ЛУКОЙЛ» с 1998 года направляет благотворительные средства в строительство, реконструкцию социальных и духовных объектов края.

Следует отметить, что основная идея в социальной сфере – это идея *партнерства,* сотрудничества в *решении* вопросов *социального развития компании и Правительства Пермского края, а также* его *муниципальных образований.* В большинстве случаев идея партнерства проявляется в форме соглашений, в рамках которых обговариваются и прописываются как принципиальные вопросы сотрудничества, так и сугубо конкретные его детали. Так подписанное губернатором Пермского края и президентом ОАО «ЛУКОЙЛ» 01 декабря 2010 года Соглашение об экономическом и социальном сотрудничестве *между Пермским краем и ОАО «ЛУКОЙЛ» направлено на развитие экономики, улучшение инвестиционного климата, создание благоприятных условий на территории региона и его муниципальных образований. Значительное место занимают вопросы* социального менеджмента и принимаемых компаниями корпоративных кодексов, например, Социальный кодекс ОАО «ЛУКОЙЛ».

Вывод

Выше представлены возможные варианты сотрудничества бизнеса и государства, в результате которых выигрывают не только они как партнеры, но и общество в целом. Сотрудничество выгодно все субъектам регионального сообщества, так как благотворительные средства бизнес направляет в социальные объекты, которые необходимы для региональной жизнедеятельности. При этом в таких динамично развивающихся регионах как, например, Пермский край, крупный бизнес, который участвует в софинансировании с государством ряда социальных объектов, реально способствует решению проблем социально-экономического характера, причем создает условия для решения таких проблем на постоянной основе.

в большинстве случаев идея партнерства проявляется в форме соглашений, в рамках которых обговариваются и прописываются как принципиальные вопросы сотрудничества, так и сугубо конкретные его детали

Литература

1. Большой бизнес [Электронный ресурс]. – М.: 2006, №3. Режим доступа: www.bolshoybusiness.ru.
2. Алекперов В. Вертикально-интегрированные компании России [Текст]. – М.: 1996.
3. Ассоциация менеджеров. Меморандум о принципах корпоративной социальной ответственности [Текст]. – М.: 2006, С. 4.
4. Управление социальными программами компании [Текст]. – М.: 2003.
5. Федеральный закон «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» от 11.08.1995 № 135-ФЗ (в ред. от 23.10.2008 № 383-ФЗ) [Текст].
6. Соглашение об экономическом и социальном сотрудничестве между Пермским краем и ОАО «ЛУКОЙЛ» от 01.12.2010 [Текст].

КЭ

Janna A. Mingalyeva
Dr. of Econ. Sci., Professor, Head,
Chair of domestic economy and economical safety,
Perm State University
Irina P. Smilyevskaya
Postgraduate, analytical management of Political Apparatus of Perm district

Corporate social responsibility in Perm district

Abstract

What does social responsibility of business for society and state mean? What forms of image politics exist? The paper gives the possible answers on these questions and lists principles with the help of which business implements the complex of social programs in priority directions on the example of oil company Lukoil in Perm district.

Keywords: state and private partnership, social partnership, socially responsible company, charity, regional policy