УДК 005.35:622.276/.279

ГАЙСИНА Л.М.

Новый этап эволюции социальной ответственности нефтегазовых компаний

В статье рассматриваются идеология социальной ответственности нефтегазовых компаний и степень выполнения социальных обязательств перед своим персоналом и обществом в целом (финансирование социальных программ) с учётом сохранения и поддержания имиджа надежного партнера.

Ключевые слова: социальная ответственность, нефтегазовые компании, персонал, социальные программы, репутация компании.

В связи со значительным влиянием, оказываемым как на экономику, так и на окружающую среду, нефтегазовые компании (НГК) находятся под пристальным вниманием не только со стороны международных средств массовой информации, но также со стороны растущего числа контролирующих и проверяющих организаций. Социальные медиа вывели эту активность на новый уровень – теперь отрицательные отзывы в прессе способны мгновенно распространяться по всему миру в режиме реального времени. В результате репутация компании, доступ к вновь обнаруженным запасам и оценка рыночной стоимости подвергаются такому риску, которого ранее не существовало.

В ответ на увеличение прозрачности многие нефтегазовые компании стремятся повысить свой рейтинг социальной ответственности.

Получение «социального благословения» на ведение деятельности теперь означает больше, чем простое выполнение национальных и отраслевых нормативов; на многих развивающихся рынках вышло на первый план взаимодействие с местным сообществом, став одним из наиболее актуальных вопросов для компаний. Особое внимание уделяется правам доступа к водным и земельным ресурсам, защите окружающей среды, местному социально-экономическому развитию и созданию рабочих мест.

В ответ на это государство вводит более высокие требования об использовании местных компонентов. Наглядным примером является освоение Западной и Восточной Сибири. В конечном итоге государство рассчитывает на положительный эффект для экономики от реализации проектов на шельфе в долгосрочной перспективе, который выражается не только в сумме дополнительных налоговых поступлений в российский бюджет, но и в мультипликативном эффекте от развития соответствующих отраслей промышленности, в том числе высокотехнологичных, развития инфраструктуры, создания новых постоянных высококвалифицированных рабочих мест и социально-экономического развития удалённых регионов Арктической зоны. Требования об использовании местных компонентов были установлены и в других странах.

По мере распространения по всему миру требований к использованию местных компонентов к правительствам и местным

сообществам также приходит понимание значения краткосрочной занятости на этапе строительства (главным образом местных) в сравнении с долгосрочными (главным образом с привлечением зарубежных (из центра) специалистов) рабочими местами в сфере производства и поставок на этапе эксплуатации. После того как строительные работы завершены и работа для местных жителей заканчивается, у сообществ часто складывается впечатление, что компания просто нанесла вред окружающей среде, не принеся какой-либо долгосрочной выгоды местной экономике. Такое мнение может привести к протестам и прекращению эксплуатации месторождения, поскольку действие «социального благословения» оказывается под угрозой. Многие добывающие компании, полагая, что отчисляемые ими в пользу местного бюджета платежи за право разработки месторождений и установленные деловые отношения отражают выгоды, получаемые местными сообществами, оказываются захваченными врасплох толпой протестующих у ворот, уволенных в рамках оптимизации численности персонала. Существует также очень слабая взаимосвязь между национальной политикой и местными реалиями, особенно в случаях, когда республиканские или региональные границы отделяют местное население от лиц, наделенных властью в федеральном центре.

Чтобы достичь взаимовыгодного решения, необходимо добиться понимания позиции второй стороны. Например, создавая совещательные советы с представителями местного сообщества и грамотно выстраивая отношения с заинтересованными сторонами, компании могут наиболее оптимально определить спектр локальных групп, способных оказывать влияние на их деятельность, и вести работу по согласованию проектных требований с интересами населения. Такой подход позволит компаниям наработать локальную базу экономической и политической поддержки своих проектов и, в конечном счете, более эффективно их реализовывать, сокращать размер штрафов со стороны государства, снижать затраты, минимизировать политические и социальные риски. Важно, чтобы компании смогли продемонстрировать пользу, которую они способны принести благодаря долгосрочным стратегиям разработки ресурсов: создание новых рабочих мест, развитие промышленной базы, образовательного сектора и т. д. В результате они будут восприниматься как социальные партнеры, а не как антагонистические борцы и смогут выйти за рамки бесплодных дискуссий.

Нефтегазовые компании можно охарактеризовать как интровертов, которые очень неохотно делятся с другими даже хорошими новостями. Большинство нефтегазовых компаний сторонится публичных дискуссий, пытаясь решить все социально значимые вопросы, в том числе и с персоналом, своими ресурсами[1]. Тем не менее информирование о ключевых фактах и событиях может многое существенно изменить и помочь снятию напряженности в рядах как собственного персонала, так и местного населения. Реализация программ добровольного раскрытия информации, например, в рамках Инициативы по обеспечению прозрачности в добывающей отрасли (Extractives Industry Transparency Initiative (EITI))[2] является одним из способов информирования о позитивном воздействии компании на местное сообщество и окружающую среду. Среди других способов – представление отчетности о суммах уплаченных налогов, количестве созданных рабочих мест, финансировании программ социального обеспечения, строительстве школ и реализации природоохранных программ.

Персонал и работодатель вместе создают продукт, но почему-то по-разному относятся к возникающим при продаже этого продукта доходу и прибыли. Это говорит об отсутствии социального партнёрства и, соответственно, социального развития, которое определяется как необратимое, направленное и закономерное изменение социального положения персонала, в результате которого он переходит в новое качественное состояние.

В 2006 году В.В. Путин в своём очередном Послании Федеральному Собранию заявил, что некоторые представители сообществ власти и нефтегазового бизнеса, «пренебрегая нормами закона и нравственности, перешли к беспрецедентному в истории нашей страны личному обогащению

за счёт большинства граждан»[3]. Бизнесмены с многомиллиардными состояниями сделали следующие выводы: практика манипулирования дырами в налоговом законодательстве была свёрнута, а компании с тех пор не упускают случая проявить свою социальную ответственность. Так, к сожалению, появился самый надёжный способ сохранить многомиллиардные состояния, а не «…вид социально-ориентированной деятельности, предполагающий целенаправленное и сознательное воздействие на персонал, учитывающий мотивации, межличностные отношения, ценностные ориентации работника, являющегося в компании социальной составляющей, которую необходимо всесторонне развивать для достижения стратегических целей компании»[4].

Для выявления уровня социальной ответственности нефтяных компаний с 2011 по 2013 г. нами проводились социологические исследования. Основным методом сбора данных явился социологический опрос руководителей и специалистов российских нефтегазовых компаний. Опрос проводился в подразделениях компании ОАО «АНК «Башнефть», ОАО «Сургутнефтегаз», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «Лукойл», ОАО «Удмуртнефть», ОАО «Татнефть», ОАО «АК «Транснефть», ОАО «Северные магистральные нефтепроводы».

Количество опрошенных составило около 800 человек разных должностных категорий: специалисты и руководители низового уровня (бригадир, буровой мастер, руководитель бюро, сектора и др.), руководители среднего звена (начальник цеха, участка, начальник или заведующий отделом, начальник управления производством, руководитель проекта и др.), высшие менеджеры (генеральный директор, президент нефтяной компании, исполнительный директор, коммерческий директор, HR-директор, заместитель директора, главный бухгалтер, главный инженер и др.). Опрошенные работают в различных подразделениях предприятий, а именно: в производственных подразделениях (цех, участок, станция и т.д.), во вспомогательных и обслуживающих подразделениях (отдел сбыта, по работе с клиентами, маркетинга, отдел персонала, финансовый, плановый, информационный, безопасности, технические отделы – ремонтный, строительный), а также в администрации (высшее руководство). Количество и состав опрошенных позволяют говорить о репрезентативности полученных данных и обоснованности сделанных выводов.

Согласно полученным в ходе социологического опроса данным видим, что при выходе из кризиса (2009–2010 гг.) нефтегазовые компании осознали значимость социальной составляющей своего бизнеса и, несмотря на влияние негативной внешней среды, смогли мобилизоваться и показать улучшение операционных и финансовых показателей. Всё это произошло благодаря увеличению объёмов отчислений на разработку и внедрение социальных программ (23% и 46% соответственно)[5], что отражено на рисунке 1.

По данным проведенного нами социологического исследования, к основным факторам достижения устойчивости при выходе из кризиса руководители и специалисты российских НГК отнесли:

– повышение эффективности внедрения социальных программ (35%);

– оптимизацию персонала с использованием взвешенного подхода к кадровому менеджменту, а не глобальное сокращение (26%);

– обучение персонала (15 %);

– охрану труда и технику безопасности (24%)[6].

Анализ показал, что в 2011 г. в рамках внедрения социальных программ произошел значительный рост расходов на обучение персонала – с 27% до 53%. Данная тенденция обусловлена ростом доли компаний, внедряющих новые технологии и осуществляющих модернизацию производства, но в то же время появляется тенденция сокращения расходов на социальную сферу – с 46 % до 40 % (рис. 1).

В 2012 г. руководство НГК было озабочено внедрением новых технологий и инноваций, разработкой программ управления эффективностью, сокращением производственных и административных расходов. На фоне «погони» за объёмами добычи, более богатыми месторождениями и более высокой прибылью происходит сокращение расходов на социальные программы – с 40% до 14%, хотя и сохранили расходы на прежнем уровне 75% компаний (рис. 1), ситуация «любой ценой к высокой прибыли» приводит к непоправимым последствиям.

Так, 8 декабря 2011 года буровая платформа «Кольская», которую буксировали с Камчатки на Сахалин, перевернулась во время сильного шторма в 200 км от Сахалина и полностью ушла под воду. Из 67 человек, находившихся на борту, спаслись только 14. Выяснилось, что *с целью экономии* обвиняемые (Леонид Бордзиловский, и.о. главного инженера «Арктикморнефтегазразведки», и Борис Лихван, и.о. заместителя гендиректора этой же компании) организовали перевозку на платформе 67 человек, в то время как 28 человек могли отправить другими судами. Руководители компании, которой принадлежала затонувшая платформа, до последнего момента отказывались подавать сигнал бедствия, Руководство нарушило и инструкцию по безопасности, не эвакуировав лишних людей с платформы: вместо положенных 20 человек на борту находились 67[7].

К сожалению, не все компании НГК уделяют пристальное внимание социальной составляющей своего бизнеса, тем самым лишают себя результативных инструментов, позволяющих непрерывно укреплять репутацию, реализовывать свой потенциал и постоянно увеличивать стоимость бизнеса. Одни сразу отказались нести социальные расходы, другие отложили этот процесс до лучших времен. Игнорируя данные тенденции в условиях бурного роста заинтересованности общества к данным вопросам и развития конкуренции, эти компании наносят не только урон своей репутации, но и непоправимый ущерб обществу и природным экосистемам.

Видимо, осознав всю сложность ситуации, как показывают наши исследования, в 2013 году нефтегазовый бизнес увеличил объёмы вливаний в социальную сферу с 14% до 25%, снизили лишь 5% компаний (рис. 1).

Таким образом, в связи с тем, что нефть сохраняет свою значимость важного фактора экономического восстановления, компании нефтегазового сектора должны, не ограничиваясь краткосрочными решениями, направить основные усилия на формирование социально-устойчивой практики, которая была бы в состоянии обеспечить долгосрочный рост. В основе ее лежит прежде всего создание необходимых социальных условий для развития творческих возможностей человека, постоянного роста деловой квалификации и профессионализма, продвижения по службе, повышения заработной платы и улучшения социального обеспечения работников, привлечения их к управлению производством. Такая социально устойчивая практика рассматривает каждого работника как личность, имеющую разнообразные социальные потребности и интересы и которая, в свою

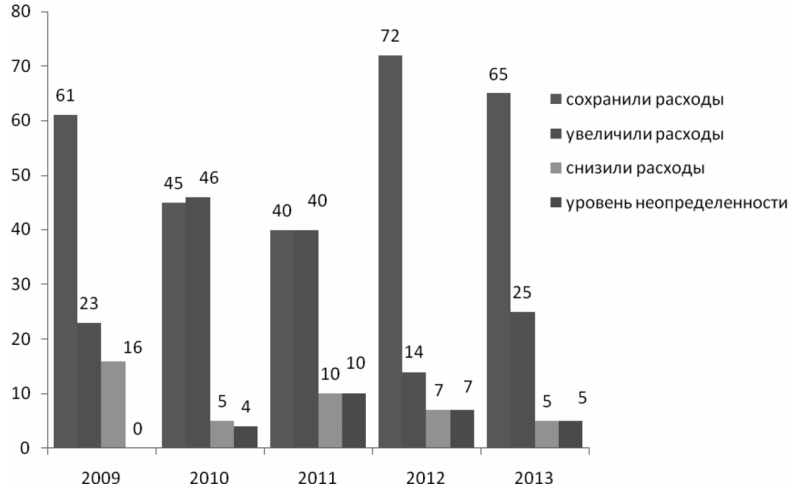


Рис.1. Разработка и внедрение социальных программ в нефтегазовых компаниях России в 2009–2013 гг. (в % от числа опрошенных)[8]

очередь, поможет руководству компании выбрать такую стратегию развития, которая не только обеспечит компании выход на более высокий уровень социальной ответственности, но и сделает ее сильнее, чем прежде.

[1] Гайсина Л.М., Дорожкин Ю.Н. Управление персоналом в российских компаниях нефтегазового комплекса: современные социальные приоритеты. Уфа: Изд-во «Нефтегазовое дело», 2010. С. 28.

[2] Социологическое исследование компании «Делойт» под руководством Тима Биггза, 2013 г.

[3] Мещерин А. План имени Путина // Нефтегазовая Вертикаль. 2008. № 1. С. 6.

[4] Гайсина Л.М., Дорожкин Ю.Н. Управление персоналом в российских компаниях нефтегазового комплекса: современные социальные приоритеты. Уфа: Изд-во «Нефтегазовое дело», 2010. С. 25–26.

[5] Гайсина Л.М. Социальная устойчивость российских нефтегазовых компаний в условиях кризиса // Вестник Башкирского университета. Научный журнал. 2011. Т. 16. № 4.

[6] Гайсина Л.М. Социальная устойчивость российских нефтегазовых компаний в условиях кризиса // Вестник Башкирского университета. Научный журнал. 2011. Т. 16. № 4.

[7] Авария на плавучей буровой платформе «Кольская» в Охотском море (2011) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www. ФГУП РАМИ «РИА Новости»; Фигурантам дела о крушении «Кольской» предъявлено обвинение [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www. ПРОНЕДРА.ru

[8] Социологический опрос сотрудников компаний НГК на территории России в 2011–2013 гг. Объем выборки – 800 респондентов.