

7 этап: построение по результатам многократного имитационного моделирования условий реализации проекта, графика и модели вероятностного распределения выбранного показателя эффективности проекта.

8 этап: анализ статистически полученных вероятностных моделей для определения уровня проектного риска [4, с. 132].

Анализ показал, что метод имитационного моделирования позволяет комплексно оценить весь диапазон неопределенностей исходных данных проекта, которые могут возникнуть в процессе реализации проекта.

Несмотря на очевидные преимущества, имитационный анализ не получил широкого распространения в промышленном использовании. Наиболее существенной трудностью при его реализации данного метода является необходимость обоснования распределения вероятностей переменных и корреляций между ними.

Выводы. Таким образом, функционирование предприятия в сфере инновационной деятельности сопровождается целым рядом рисков, связанных с неопределенностью внешней среды, сложностями управления и контроля собственно самим предприятием. В сложившихся условиях возникает необходимость в разработке и внедрении таких методов принятия и обоснования решений в области инновационной деятельности, которые обеспечивали бы минимизацию потерь из-за возможных рисков. Для решения этой проблемы целесообразно применение основных методов анализа рисков инновационных проектов. Стоит обратить внимание на то, что выбор метода анализа рисков, который позволит руководству предприятия и владельцам инвестиционного капитала принять однозначное несомненное решение о целесообразности и эффективности внедрения инновационного проекта, зависит от экспертов.

Список литературы

1. Тебекин П.А. Современные тенденции развития методологии управления рисками при инвестировании в инновационные проекты // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 03. С. 271-273.
2. Грачева М.В., Ляпина С.Ю. Управление рисками в инновационной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям. М.: ЮНИТИДАНА, 2012. 351 с.
3. Коптяева К.Б., Король А.Н., Смольников Е.В. Классификационные признаки инновационных рисков и риск-менеджмент рисков инновационных проектов // Вестник Владивостокского государственного ун-та экономики и сервиса. 2011. № 2. С. 44–52.
4. Гончаренко Л.П., Филин С.А. Риск-менеджмент. 3-е изд., стер. М.: КноРус, 2010. 215 с.

УДК 334.02

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕФТЕГАЗОВОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

FEATURES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF OIL AND GAS BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Е.Ю. Забавина¹, Н.С. Беспалова²

^{1,2}Донецкий национальный технический университет, г. Донецк

Аннотация. В статье исследуется специфика корпоративной социальной ответственности российских нефтегазовых компаний. Выявлены общие черты и тенденции в развитии КСО в РФ и нефтегазовом секторе в частности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, нефтегазовая компания, концепция, социальная политика.

Abstract. The article presents an analysis of corporate social responsibility of Russian oil and gas companies. Revealed common features and trends in the development of corporate social responsibility in the Russian Federation and the oil and gas sector in particular.

Keywords: corporate social responsibility, oil and gas company, concept, social policy.

Постановка проблемы. На современном этапе развития корпоративная социальная ответственность (КСО) является неотъемлемой частью крупного, и не только крупного, бизнеса. Это означает, что получение прибыли уже давно перестало быть единственной главной целью компаний. Компании стремятся быть полезными для общества, а также соблюдать нормы экологической безопасности. Вместе с тем на уровне мировой экономики ведется конкурентная борьба между ТНК, государствами и отдельными группами предпринимателей. В современном мире отмечается увеличение числа факторов, которые способствуют развитию компаний и одновременно могут стать как значительной угрозой для них, так и стимулом для завоевания прочных позиций на рынках. Особенно ощутимо данная проблема касается больших корпораций, поскольку изменения в правилах ведения конкурентной борьбы влечет за собой существенные изменения в базовых принципах ведения бизнеса. Одним из факторов сохранения конкурентных преимуществ для современных компаний является КСО. В то время, когда в наиболее развитых странах мира в каждой крупной компании принципы корпоративной социальной ответственности давно сформированы и применяются, среди российских компании данное явление не является настолько распространенным или значительно трансформировано, согласно текущим реалиям.

Анализ предыдущих исследований и публикаций. Важную роль в разработке концепции корпоративной социальной ответственности сыграли работы экономистов А. Берли и Г. Минза, М. Фридмана, Г. Боуэна, К. Уолтона, А. Кэролла, Дж. МакГири и других. В России в связи с тем, что данное явления стало популярным значительно позже, чем в других развитых странах, количество исследований на данную тему с каждым годом увеличивается, однако остаются недоработанные вопросы, связанные с российской спецификой ведения бизнеса. Можно выделить таких исследователей, как А.Н. Асаул, Ю. Е. Благов, И. Ю. Беляева, Г.Л. Тульчинский, О. А. Канаева. На данном этапе теория и практика корпоративной социальной ответственности компаний исследуется в таких областях науки как экономика, менеджмент, социология и деловая этика.

Цель исследования. Исследовать специфику корпоративной социальной ответственности российского нефтегазового бизнеса, выявить общие черты и тенденции.

Основные результаты исследования. КСО в России развивается достаточно быстро, тем более, что есть возможность опираться на зарубежный опыт построения данной системы. Тем не менее, подавляющее большинство экспертов в данной области, в том числе иностранных, признают, что существующие международные стандарты и подходы к развитию КСО с огромным трудом приживаются на почве российского бизнеса. Поэтому, моделям КСО в России присущи собственные черты, встраиваемые в процессы мирового корпоративного развития (табл. 1).

Для оценки вовлеченности компаний в сферу социально-корпоративной благотворительности в России в течение 10 лет проходит конкурс «Лидеры корпоративной благотворительности». Исходя из десятилетнего опыта проведения конкурса, можно сделать вывод о том, что основными направлениями благотворительной помощи «Лидеры корпоративной благотворительности» является поддержка образования и просвещения (около 90 % всех программ), помощь социально незащищенным слоям населения и развитие местных сообществ. Отмечается рост внимания к экологии: из года в год увеличивается число компаний, которые реализуют такие проекты. Можно заметить, что традиционная для добывающих компаний тема экологии вышла за границы сектора и, следуя международным тенденциям, становится частью культуры крупного бизнеса [7].

Не смотря на наличие положительных тенденций в развитии КСО в России, доля компаний, реализующих политику КСО остается невысокой. Можно выделить ряд причин все еще низкой вовлеченности в КСО в РФ. В первую очередь следует отметить слабую гражданскую позицию российской общественности.

Таблица 1

Тенденции развития КСО в России¹

Тенденции	Характеристика
Понимание важности со стороны компаний	Компании, которые работают на российском рынке, учитывают примеры многих ТНК, осознают те выгоды, которые приносит внедрение КСО и начинают интегрировать его у себя.
Добровольное внедрение	КСО в российских компаниях внедряется на добровольной основе, с целью положительного имиджа компании.
Долгосрочное закрепление социально-ответственных позиций компаний	Социально ответственная политика является одним из пунктов стратегического плана предприятия.
Расширение круга стейкхолдеров	Стейкхолдерами проектов КСО являются некоммерческие организации, местные сообщества, конкуренты, партнеры и государство.
Развитие КСО	Постоянно возникают новые формы применения КСО: работа с местным обществом, уменьшение экологической нагрузки.
Снижение вредного влияния на окружающую среду	Процент компаний, которые вовлечены в процесс КСО и которые уменьшают долю вредного влияния на окружающую среду увеличивается. Это относится не только к крупным корпорациям, но и к небольшим.
Популяризация КСО	Благодаря популяризации КСО среди сотрудников компаний, а также в обществе количество вовлеченных людей в этот процесс постоянно увеличивается.

Во-первых, социальная активность российской общественности остается на низком уровне, поэтому давление на компании со стороны гражданского общества практически отсутствует. Также, все еще остается на достаточно высоком уровне роль чиновников и государства. То есть компаниям так или иначе приходится сталкиваться с давлением со стороны власти. Поэтому для большинства компаний КСО – это дополнительные расходы, которые нужно минимизировать. Именно по этой причине мероприятия КСО могут быть малоэффективными. Стоит также отметить, что компании, которые занимаются социальной или благотворительной деятельностью делают это не системно, а тогда, когда есть возможность или когда им это выгодно [2].

Можно выделить и ряд других причин низкой вовлеченности российских компаний в КСО:

- смена государственного и политического строя в конце XX в.;
- большая территория государства и низкая средняя плотность населения;
- зависимость инфраструктуры моногородов от градообразующих предприятий;
- преимущественно вложение денежных средств в отдаленные районы страны (Дальнего Востока, Западной Сибири) и др.

Одним из пионеров внедрения практики КСО в России стал нефтегазовый сектор. Среди российских нефтегазовых компаний первое место по внедрению социально значимых проектов является ПАО «Газпром». Это объясняется спецификой деятельности компании, а также присутствием компании практически во всех регионах РФ. Такие нефтегазовые компании, как «Роснефть» и «Лукойл» также можно охарактеризовать существенным

¹ Составлено авторами по материалам отчетов об устойчивом развитии компаний.

присутствием в регионах [4]. Эти компании реализуют проекты КСО в регионах добычи (ХМАО, Красноярский край, НАО), а также в регионах переработки сырья и реализации продуктов. Компания «Сургутнефтегаз» реализует проекты КСО, в основном, в Западной Сибири – в регионе нефтегазодобычи. У компании «НОВАТЭК» реализация КСО происходит в Ямало-Ненецком автономном округе. Такие компании, как «Башнефть» и «Татнефть» реализуют проекты КСО в регионах своей основной деятельности – в Башкортостане и Татарстане. В этих регионах у компаний налажены договорные отношения с местными и региональными органами власти.

Значительная часть средств большинства компаний направляется на развитие социальной инфраструктуры и образования. Так, данные разделы составляют около половины суммарных социальных инвестиций «Роснефти» и «Башнефти» (рис. 1).



Рис. 1. Структура расходов нефтегазовых компаний на социальную политику, 2015–2016 гг.²

Среди четырех рассматриваемых компаний («Роснефть», «Лукойл», «Башнефть» и «НОВАТЭК») у компании «Башнефть» наибольший процент средств, выделяемых на здравоохранение, а у «НОВАТЭК» - на поддержку малых народов Севера.

Основным механизмом финансирования социальных проектов компаниями являются соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с регионами. Такие соглашения имеют практически все крупные нефтегазовые компании (например, у «Сургутнефтегаза» они заключены с 7 регионами). Данные соглашения позволяют координировать работу по отбору и реализации проектов, например, по строительству или ремонту социально-важных объектов с региональными органами власти.

Также у ряда компаний нефтегазового сектора есть собственные многолетние социальные программы. К таким, например, относятся программы «Газпром – детям» («Газпром») и «Родные города» («Газпромнефть»). Кроме того, особое место в социальной политике ряда компаний («НОВАТЭК», «Лукойл») занимает поддержка коренных народов Севера.

В России нефтегазовые компании довольно активно осуществляют социально ориентированную политику. Компании отрасли тратят от 1 до 4% годовой чистой прибыли на социальные инвестиции, что примерно соответствует уровню крупнейших зарубежных нефтегазовых ТНК (табл. 2).

Нефтегазовые компании в рамках КСО инвестируют в сферы, которые напрямую влияют на жизнь местных сообществ (табл. 2).

² Составлено авторами по: [1, 4].

Основные программы социальной политики крупнейших нефтегазовых компаний России³

Программа	Объем финансирования (млрд. руб.)	Характеристика
«Газпром»		
«Газпром-детям»	27,8 (2007-2014)	Строительство 1194 спортивных и культурных объектов в 73 регионах РФ
Проекты в сфере культуры и искусства	н/д	«Мастер мирового просветительского искусства», фестиваль искусств (совместно с CNPC) и др.
Генеральный спонсор спортивных федераций	н/д	Художественная гимнастика, волейбол, шахматы, биатлон, гребля на байдарках и каноэ
«Футбол для дружбы»	н/д	Международный футбольный турнир для детей
«Роснефть»		
Соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с регионами	3,7	Благоустройство городов и поселков, строительство дорог, школ, медицинских учреждений, культурных и спортивных объектов. Основные регионы: ХМАО, Самарская область, Ставропольский и Краснодарский края, ЯНАО, Республика Коми, Сахалинская область.
«Газпром нефть»		
Программа «Родные города»	4,5 в 2014 году	Реализация проектов в регионах присутствия компании, прежде всего в целях развития инфраструктуры, образования, культуры, спортивных учреждений. Основные регионы: Санкт-Петербург, ЯНАО, ХМАО, Омская, Оренбургская и Томская области.
Кубок «Газпром нефти» по хоккею	н/д	Международный турнир среди детей (до 11 лет) по хоккею
Поддержка профессионального спорта	н/д	Спонсор ФК «Зенит» (Санкт-Петербург), ХК «Авангард» (Омск), ХК «СКА» (Санкт-Петербург), ФК «Црвена Цвезда» (Белград, Сербия)
«Лукойл»		
Соглашения о партнерстве с регионами	н/д	Социальная инфраструктура, спортивные учреждения, конкурсы, поддержка учреждений сферы образования и медицины.
«Сургутнефтегаз»		
Соглашения о сотрудничестве с регионами	н/д	Развитие социальной инфраструктуры, спортивные объекты, образование и медицина. Регионы: ХМАО, Республика Саха, Красноярский край, Иркутская область, НАО, ЯНАО
«НОВАТЭК»		
Поддержка коренных и малых народов Севера	0,3 в 2014 году	Подготовка конгресса коренных народов в ЯНАО в 2014 году, регулярная материальная помощь

³ Составлено авторами по [4, 5, 6].

Выводы. Таким образом, согласно результатам проведенного исследования, общими чертами российских нефтегазовых компаний в сфере корпоративной социальной ответственности являются: компании в большей степени реализуют проекты КСО в регионах добычи, а также в регионах переработки сырья и реализации продуктов, а основным механизмом финансирования социальных проектов компаниями являются соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с регионами. Значительная часть средств большинства компаний направляется на развитие социальной инфраструктуры и образования в населенных пунктах, где компании реализуют свою деятельность, большое внимание уделяется здравоохранению. Также у ряда компаний нефтегазового сектора есть собственные многолетние социальные программы и, в целом, они тратят существенную часть своей прибыли на социальные инвестиции.

Реализация социально ответственной политики компаний наиболее активно ведется в небольших городах основных нефтегазодобывающих регионов. Это можно объяснить стремлением компаний улучшить условия жизни для своих работников и членов их семей. Такая политика выгодна как компаниям, так и региональным властям, которые получают в лице бизнеса важного инвестора в социальное развитие местных сообществ.

Список литературы

1. Авилова М. Г. Корпоративная социальная ответственность в России: тенденции, проблемы, решения // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 34. С. 1–5. URL: <http://e-koncept.ru/2016/56712.htm>. - (дата обращения: 25.10.2018).
2. Забавина Е.Ю., Беспалова Н. С. Устойчивое развитие корпоративной социальной ответственности предприятия как фактор обеспечения социально-экономического развития предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/32721/1/Zabavina_Besp_thesis.pdf. - (дата обращения: 30.10.2018).
3. Корпоративная социальная ответственность в нефтегазовой отрасли. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/1479204/menedzhment/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_neftegazovoy_otrasli. - (дата обращения: 31.10.2018).
4. Отчет о деятельности в области устойчивого развития 2015-2016 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://csr2015-2016.lukoil.ru/hse/management-system>. - (дата обращения: 01.11.2018).
5. Отчет о деятельности в области устойчивого развития на территории Российской Федерации в 2011 - 2012 годах // Официальный сайт ОАО ЛУКОЙЛ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lukoil.ru/materials/doc/social/2013/Lukoil_OD_rus.pdf.- (дата обращения: 25.10.2018).
6. Отчет о деятельности в области устойчивого развития на территории Российской Федерации в 2009 - 2010 годах. // Официальный сайт ОАО ЛУКОЙЛ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lukoil.ru/materials/doc/social/2011/Sots_Luk_rus_2010.pdf. - (дата обращения: 25.10.2018).
7. Социальная ответственность нефтегазового бизнеса: передовые позиции в России // Энергетический бюллетень. Вып. № 30, ноябрь 2015. С. 12.
8. Шабалина Л.В., Аджавенко И.Н. Развитие ПАО «Газпром» в условиях санкций // Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г., Донецк: ДонНТУ, 2017. С. 160 – 163.