
ПРИНЦИПЫ СОЦИАЛЬНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Погорелова Анна Юрьевна,

аспирант кафедры мировой экономики и экономической теории
Волгоградского государственного технического университета;
nuckusechka@mail.ru

В статье дано представление о возможностях социального инвестирования российских предпринимательских структур на рынке химической продукции, имеющего серьезные перспективы роста конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, химический комплекс, социальные инвестиции, конкурентоспособность.

В настоящее время российский бизнес заинтересован в устойчивости и пытается найти общий язык с властью и обществом, реализуя социальную концепцию своего развития. В современных условиях рейтинг социальной ответственности компаний оказывает все большее воздействие на результаты предпринимательской деятельности. Анализ практической деятельности отечественных и зарубежных компаний, обобщение теоретических исследований показывают, что для реализации социальной ответственности бизнесом в настоящее время используется несколько форм – благотворительность, спонсорство, социальное инвестирование. При этом социальное инвестирование следует рассматривать как наиболее эффективный и перспективный механизм организации социально ответственного бизнеса. Социальные инвестиции [4, с. 39] в таком случае следует рассматривать как материальные, технологические, управленческие и иные ресурсы компании, направляемые на реализацию корпоративных социальных программ, осуществление которых в стратегическом отношении предполагает получение компаний определенного экономического эффекта.

Содержание стратегии социальной ответственности бизнеса включает в себя совокупность соответствующих социальных инвестиций на различных уровнях развития хозяйственной системы [1]:

1) на микроуровне (разработка социальных программ для работников и их семей, повышение квалификации работников, развитие корпоративной

культуры, развитие отношений с профсоюзами и советами трудовых коллективов);

2) на мезоуровне (участие бизнеса совместно с органами власти в разработке и реализации проектов и программ регионального развития, возможность создания региональных фондов социально-экономического развития);

3) на макроуровне (социальное партнерство бизнеса и государства, помощь государственных структур в организации социальных инициатив частного бизнеса, обеспечение благоприятных условий для реализации принципов социальной ответственности бизнеса) [6, с. 56].

Учитывая приведенное разделение структуры социального инвестирования в соответствии с уровнями развития хозяйственной системы общества, отметим, что социальная функция предпринимательства проявляет себя в двух аспектах: внутреннем (эндогенном) и внешнем (экзогенном), что отражено на рисунке.



Рис. Социальная функция предпринимательства

Источник: составлено автором.

Учитывая дихотомический характер социальной функции в деятельности предпринимательских структур, следует судить о том, что интенсивный процесс социализации бизнеса, получивший широкое развитие не только в западных предпринимательских структурах, но и поглотивший и представителей российского бизнес-сообщества, берет свое начало во внутренних

корпоративных процессах как источник внутренней стабилизации и конкурентоспособности компаний на рынке. В таком случае наибольший интерес представляют социальные инвестиции, направляемые на внутриорганизационное развитие компании: степень подготовки персонала, мотивация в проведении новых бизнес-операций, информационная составляющая. Социальные инвестиции, которые предприятия направляют на данные цели, составляют серьезную основу успешного развития предпринимательских структур, поскольку процесс социализации должен происходить постепенно, начиная с отдельного работника, имеющего представление о том, что и с какой целью он выполняет, являясь составным звеном стратегического процесса продвижения социально ответственных принципов.

Данный механизм корпоративной социальной ответственности бизнеса рекомендуется использовать и российским компаниям в качестве стратегии повышения конкурентоспособности, в частности на рынке химической продукции. Участие государственных структур в данном процессе способно как способствовать развитию социального инвестирования, так и тормозить его. Существующая парадигма управления, предполагающая государственное управление экономикой за счет активизации, укрепления и развития потенциальных рыночных механизмов, на практике оказывается не вполне состоятельной, в частности, по причине того, что объекты государственного регулирования и «точечного» управления могут быть теоретически полезны для улучшения функционирования всей социально-экономической системы, но «отвергнуты» свободным рынком [6, с. 71]. В связи с этим в последнее время российские предприятия химического комплекса все больше внимания уделяют улучшению имиджа как экологически ориентированных корпораций, основанного на доверии национальных и международных экологических организаций, партнеров и населения в регионах, где предприятия осуществляют свою деятельность [3, с. 45]. Отметим, что при всех условностях крупные химические компании, например, такие как ОАО «СИБУР Холдинг», ОАО «Нижнекамскнефтехим», ОАО «Еврохим», выработали правильную стратегию на развитие корпоративной социальной ответственности.

Усиленное внимание к реализации принципов корпоративной ответственности отечественными предприятиями не случайно. Во многом это результат роста общественного внимания к проблемам социального и экологического характера, особенно ярко это заметно в компаниях, относящихся к производству вредной химической продукции.

Так, у отдельных производителей химической продукции наблюдается стремление серьезно улучшить работу отечественного химического комплекса, развивая политику социального инвестирования: внедряя принципы устойчивого развития производства, соблюдая требования отдельных директив и нормативных документов международного экологического права, регистрирующих производимую продукцию в соответствии с европейским регламентом REACH, принимающих участие в программе «Responsible Care»

[3, с. 45]. На предприятиях химической промышленности основными статьями социальных расходов являются «внутренние» инвестиции (54%) и ресурсосбережение (35%). Из «внутренних» инвестиций на развитие персонала приходится 43% и на охрану здоровья – 11%. Спецификой отрасли можно считать достаточно низкие инвестиции в охрану здоровья, несмотря на потенциальную опасность производства [2].

Проследить степень вовлеченности отечественных компаний химической промышленности в процесс социальной активности можно с помощью анализа динамики и роли социальных инвестиций в деятельности компаний. В частности, крупнейшая нефтехимическая компания СИБУР считает экологическую безопасность, охрану окружающей среды неотъемлемым элементом своей деятельности и одним из своих стратегических приоритетов. Для СИБУРа переработка попутного нефтяного газа является важнейшей частью экологической миссии компании. Согласно динамике затрат СИБУРа на природоохранные мероприятия, последние увеличились с 1963 млн. руб. – в 2008 г. до 2559 млн. руб. – в 2010 г. [8]. СИБУР в своей деятельности учитывает важнейшие международные конвенции и протоколы: Венская конвенция об охране озонового слоя, Монреальский протокол по веществам, разрушающим озоновый слой (с поправками), Базельская конвенция о контроле над трансграничной перевозкой опасных отходов и их удалением, Нью-Йоркская рамочная конвенция об изменении климата, Киотский протокол. Кроме этого, СИБУР активно участвует в выработке национальных и корпоративных экологических стандартов.

Аналогичную деятельность в области охраны окружающей среды и обеспечения безопасности выпускаемой продукции развивают и другие крупные химические компании России, такие как «Нижнекамскнефтехим», «Газпром нефтехим Салават», а также компании по производству минеральных удобрений, например минерально-химическая компания «ЕвроХим».

Проанализировав деятельность компании «ЕвроХим» за последние несколько лет, рассмотрим важнейшие направления использования данной концепции. Основными источниками для исследования стали два социальных отчета, размещенных на сайте компании. В первую очередь отметим, что данная компания является первой среди предприятий химического комплекса, опубликовавшей публичный социальный отчет. В настоящее время «ЕвроХим» продолжает поддерживать репутацию прозрачной и социально ответственной компании. Благодаря этому компания «ЕвроХим» стала лидером социально ответственного бизнеса по результатам Всероссийского конкурса, проводимого Международным форумом «Мировой опыт и экономика России» в 2011 г. В этой связи «ЕвроХим» можно считать ведущей компанией по уровню социальной ответственности в российской химической промышленности. Компания третий год подряд является одним из лидеров Ренкинга корпоративной благотворительности, проводимого деловой газетой «Ведомости», РвС и «Форумом Доноров». Так, общая сумма социаль-

ных инвестиций компании за период 2001-2010 гг. превысила 2,2 млрд. руб. При этом корпоративный отчет об устойчивом развитии за 2010 год, ставший уже шестым нефинансовым отчетом компании, соответствует уровню применения GRIG3 A+. В то же время реализуемые «ЕвроХимом» программы корпоративной социальной ответственности вносят непосредственный вклад в реализацию стратегической задачи компании по вхождению в пятерку мировых лидеров отрасли по объемам выпуска и прибыльности во всех трех сегментах рынка – азотном, фосфорном и калийном. По итогам 2010 г. расходы на экологию и промбезопасность компании составили 918 млн. руб., а снижение сброса сточных вод – 4,5% [2].

Наряду с этим для известного отечественного производителя нефтехимической продукции «Нижнекамскнефтехим» забота об экологической безопасности и социальной устойчивости также является одной из приоритетных сфер деятельности [7]. При этом главной целью корпоративной программы производителя является обеспечение устойчивого развития компании в условиях интенсивного развития. Являясь экологически и социально ответственной компанией, ОАО «Нижнекамскнефтехим» освещает вопросы охраны окружающей среды в различных средствах массовой информации, сотрудничает с общественными организациями, рейтинговыми агентствами [7], что непременно оказывает положительное влияние на имидж компании и способствует позиционированию на международном уровне.

Таким образом, можно судить о том, что использование стандартов ответственного ведения бизнеса соотносится лишь с некоторыми крупными компаниями, которые ориентированы на экспорт и вынуждены внедрять на своем производстве элементы системы экологического менеджмента, производственной безопасности и социальной заботы. Тогда как ряд менее крупных компаний, основной целевой сегмент которых не пересекает страновые границы, намного реже обращаются к основам корпоративной социальной ответственности, создавая тем самым определенные проблемы для целостного развития отрасли по инновационной траектории перехода к социально ориентированному типу экономики постиндустриального уровня развития.

Список источников

1. Авадаева, И.В. Развитие институтов корпоративной социальной ответственности на микро- и мезоэкономических уровнях: автореф. дис. ... канд. экон. наук [текст] / И.В. Авадаева. – М.: 2007.
2. Аналитический обзор современной химической промышленности [Электронный ресурс] // Агро XXI. – 18.10.2011. – URL: <http://www.agroxxi.ru/stati/analiticheskii-obzor-sovremennoi-himicheskoi-promyshlenosti>.
3. Бельских, И.Е. Вопросы обеспечения экологической безопасности химической промышленности с помощью позиционирования [текст] / И.Е. Бельских, А.Ю. Никулина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. – № 19. – С. 43 – 50.
4. Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыноч-

ного хозяйства [текст] / О.В. Данилова, О.С. Пескова // Известия ВолгГТУ. – 2010. – Вып. 10. – № 13. – С. 38 – 44.

5. Попкова, Е.Г. Точки роста в контексте управления развитием предпринимательства: механизм формирования [текст] / Е.Г. Попкова, И.А. Волков // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2012. – Т. 7. – № 13. – С. 70 – 75.

6. Попкова, Е.Г. Факторы, влияющие на устойчивое развитие предпринимательских структур [текст] / Е.Г. Попкова, Ю.М. Бешанова // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. – № 10 (10). – С. 51 – 62.

7. Социальный отчет ОАО «Нижнекамскнефтехим» за 2010 г. [электронный ресурс]. – 2011. – URL: <http://www.nknh.ru/pdf/socrep/socrep2010>.

8. Социальный отчет ОАО «СИБУР-Холдинг» за 2010 г. [электронный ресурс]. – 2011. – URL: http://www.sibur.ru/social/accountability/SR_SIBUR_2011.

PRINCIPLES OF COMPANY'S SOCIAL INVESTMENT IN THE RUSSIAN CHEMICAL MARKET

Pogorelova Anna Yuryevna,

Post-graduate student of the Chair of World Economy and Economic Theory of Volgograd State Technical University;
nuckusechka@mail.ru

The article gives an idea of the possibilities of social investing Russian business structures in the chemical market, that has good prospects of competitiveness in the domestic and foreign markets.

Keywords: social responsibility, chemical complex, social investment, competitiveness.