

14. *Separation of Ownership and Control in Southeast Europe* / ed. by E. Peev. Sofia: KOTA, 1999.

15. *Tchipev P., Backhaus J., Stephen F.* Mass Privatisation Schemes in Central and East European Countries. Implications on Corporate Governance. Sofia: GorexPress, 1998.

16. *Tchipev P. D.* Where is Bulgarian Corporate Governance Model Heading to? // *Economic Studies* (Workshop proceedings volume: Macroeconomic Framework and Corporate Development). 2009. Vol. 18, no. 1. P. 58–65.

Сведения об авторах

Ушева Мариана Николова — PhD, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Юго-Западного университета «Неофит Рилски», г. Благоевград (Болгария) dr.usheva@abv.bg

Шемятихина Лариса Юрьевна — кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры корпоративной экономики и управления бизнесом Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург (Россия) lyshem@mail.ru

М. Ю. Шерешева, А. М. Пахалов

Взаимоотношения с жителями малых городов в контексте формирования социально ответственной модели бизнеса российских нефтегазовых компаний

Целью исследования является систематизация ключевых особенностей взаимодействия российских нефтегазовых компаний с жителями малых городов в рамках реализации программ корпоративной социальной ответственности. Исследование основано на уникальных данных, собранных в процессе подготовки ежегодных рейтингов экологической ответственности нефтегазовых компаний, составляемых с 2014 г. по инициативе WWF России. Методика изучения взаимодействия компаний с локальными сообществами малых городов основана на контент-анализе корпоративной нефинансовой отчетности, материалов СМИ и иных открытых источников информации. Проведенное исследование позволило выявить ряд существенных особенностей взаимодействия российских нефтегазовых компаний с локальными сообществами малых городов. В частности, наиболее распространенным форматом взаимодействия выступает поддержка культурных и образовательных событий, а наименее распространенным — вовлечение местных жителей в принятие проектных решений.

Ключевые слова: малые города; местные сообщества; корпоративная социальная ответственность; рейтинги социально-экологической ответственности; нефтегазовые компании.

Нефтегазовая промышленность имеет системообразующее значение для экономики России и ее отдельных регионов. Вклад этой отрас-

ли в валовой региональный продукт в ряде регионов (Сахалинская область, Ненецкий, Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа) превышает 50 %¹. В современной экономической литературе для таких субъектов РФ используется термин «ресурсные регионы», подразумевающий, что именно природные ресурсы — прежде всего нефть и газ — являются ключевыми факторами их экономического развития и инвестиционной привлекательности [2].

Основные добывающие и производственные мощности крупнейших российских нефтегазовых компаний нередко расположены в малых городах. Подразделения ресурсных компаний зачастую выступают в качестве градообразующих предприятий таких городов. Соответственно, качество жизни в них в значительной степени определяется уровнем социальной и экологической ответственности компаний [4].

Целью исследования является систематизация ключевых особенностей взаимодействия добывающих компаний с жителями малых городов в рамках реализации программ корпоративной социальной ответственности (КСО). Международные исследования показывают, что уровень КСО российских нефтегазовых компаний пока остается недостаточно высоким, а проекты российских компаний не входят в число лучших международных практик КСО [3].

С 2014 г. в России по инициативе Всемирного фонда природы (WWF России) реализуется уникальный проект — рейтинг экологической ответственности нефтегазовых компаний. Данный рейтинг составляется на основе авторской методологии [1], а его выборка включает 22 крупнейшие нефтегазовые компании, ведущие операционную деятельность на территории России. Рейтинг сфокусирован прежде всего на сравнительной оценке экологической ответственности компаний, однако в него также включены ряд параметров, характеризующих взаимоотношения компаний с жителями малых городов и сельских поселений, на территории которых ведется добыча и переработка ресурсов (см. таблицу).

За пять лет составления рейтинга собрана уникальная база материалов по взаимодействию компаний с локальными сообществами. Среди таких материалов оказались корпоративная нефинансовая отчетность, а также обширный массив публикаций федеральных и локальных медиа. В процессе подготовки данной статьи был проведен контент-анализ данных материалов и выделены четыре ключевые особенности взаимодействия нефтегазовых сообществ с жителями малых городов и сельских территорий.

¹ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: стат. сб. / Росстат. М., 2017.

**Критерии рейтинга WWF,
используемые для анализа взаимодействия нефтегазовых компаний
с местными сообществами**

Критерий	Источники информации по критерию
Политика (или иной утвержденный компанией документ) по взаимодействию с коренными малочисленными народами Севера	Материалы сайтов компаний, запросы в компании
Доступность материалов оценки воздействия (ОВОС) в течение жизненного цикла проекта для действующих проектов	Материалы сайтов компаний, муниципальных органов власти
Доступность планов ликвидации аварий (ПЛА) в части воздействия на окружающую среду	Материалы сайтов компаний, муниципальных органов власти
Информирование общественности о наличии спорных ситуаций и действиях, направленных на их разрешение, на территориях присутствия компании	Анализ публикаций федеральных и региональных СМИ (на основе данных систем «Яндекс. Новости» и «СКАН-Интерфакс»), пресс-релизы компаний
Наличие установленного порядка работы с обращениями граждан	Материалы сайтов компаний, запросы в компании

Примечание. Составлено по: Уточненная методика рейтинга экологической ответственности нефтегазовых компаний / WWF России. URL: <https://www.zs-rating.ru/rejting/>.

Первая особенность касается наиболее популярного формата КСО-активности нефтегазовых компаний, которым является организация культурных, праздничных и развлекательных мероприятий для жителей малых городов (например, «дней города» или традиционных праздников коренных народов). Причиной может быть сочетание заметного положительного эффекта для имиджа компании с низкой стоимостью организации таких мероприятий.

Второй особенностью является отсутствие у местных сообществ реальной возможности повлиять на решения компаний. Несмотря на проводимые в силу требований законодательства публичные слушания, в основном касающиеся вопросов воздействия на окружающую среду, мнение местных жителей часто не учитывается при принятии инвестиционных и проектных решений. Более того, компании часто скрывают информацию о проведении публичных слушаний и размещают их материалы только в печатном виде в местных библиотеках, но не выкладывают документы для доступа в интернет, затрудняя таким образом доступ заинтересованных жителей к данной информации.

Третья выделенная особенность состоит в том, что уровень прозрачности и ответственности перед местными сообществами выше у компаний, головные офисы которых находятся в регионе добычи (например, у «Сургутнефтегаза» и «Татнефти») [5]. Первое объяснение такой особенности состоит в том, что руководители и владельцы компаний проживают в данных регионах, поэтому стараются относиться к ним бережнее. Второе объяснение подразумевает наличие у регио-

нальных и местных властей большего числа рычагов воздействия на компании, которые находятся на их территориях не только фактически, но и юридически.

Четвертая особенность состоит в том, что конфликты с местным населением нефтегазовые компании стараются по возможности скрывать от широкой общественности. Например, о возникающих в процессе добычи и переработки нефти нарушениях земель часто сообщается в местных газетах, но данные случаи никак не комментируются самими компаниями. Для решения данной проблемы WWF приступил к мониторингу конфликтных ситуаций крупнейших компаний по материалам локальных медиа¹. Целью данного проекта является освещение возникающих конфликтов на федеральном уровне, что должно содействовать более активной реакции компаний на возникающие спорные ситуации.

Несмотря на отмеченные негативные особенности, у ряда российских нефтегазовых компаний имеется положительный опыт («лучшие практики») взаимодействия с жителями малых городов. В частности, компания «Сургутнефтегаз» нашла прозрачный способ сообщать общественности обо всех конфликтах с местным населением. На сайте компании создан специальный раздел, где публикуются все обращения местных жителей, касающиеся даже незначительных проблем (например, разрушения сельской дороги). По каждому конфликту объясняется позиция компании. Компания «Газпром нефть» реализует программу «Родные города», нацеленную на формирование комфортной среды в городах присутствия предприятий компании. Следует отметить, что эта программа является для компании флагманским проектом КСО. Еще одна лучшая практика — программа «Салымский край» компании «Салым Петролеум». Эта компания инвестирует не только в создание комфортной среды для жителей своего городского поселения, но и занимается его продвижением во внешнем мире, повышая его туристическую и инвестиционную привлекательность.

Проведенное исследование показало, что взаимодействие с локальными сообществами, в том числе с жителями малых городов, пока не является приоритетом для большинства российских нефтегазовых компаний. Одним из инструментов решения данной проблемы могут стать независимые рейтинги экологической и социальной ответственности компаний. Такие рейтинги могут использоваться в качестве инструмента, стимулирующего более ответственное отношение компаний к территориям, где они ведут бизнес.

¹ Спорные ситуации, аварии и инциденты компаний нефтегазового сектора России / WWF России. URL: <https://wwf.ru/what-we-do/green-economy/obshchestvennyy-ekologicheskyy-kontrol-deyatelnosti-neftegazovykh-kompaniy/>.

Библиографический список

1. *Оценка* экологической ответственности нефтегазовых компаний, действующих в России: рейтинговый подход / Е. А. Шварц, А. Ю. Книжников, А. М. Пахалов, М. Ю. Шерешева // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. 2015. № 5. С. 46–67.
2. *Ledyayeva S.* Spatial econometric analysis of foreign direct investment determinants in Russian regions // World Economy. 2009. Vol. 32, no. 4. P. 643–666.
3. *Raufflet E., Cruz L. B., Bres L.* An assessment of corporate social responsibility practices in the mining and oil and gas industries // Journal of Cleaner Production. 2014. Vol. 84. P. 256–270.
4. *Rogers D.* The materiality of the corporation: Oil, gas, and corporate social technologies in the remaking of a Russian region // American Ethnologist. 2012. Vol. 39, no. 2. P. 284–296.
5. *Shvarts E., Pakhalov A., Knizhnikov A.* Assessment of environmental responsibility of oil and gas companies in Russia: the rating method // Journal of Cleaner Production. 2016. Vol. 127. P. 143–151.

Сведения об авторах

Шерешева Марина Юрьевна — доктор экономических наук, профессор кафедры прикладной институциональной экономики, зав. лабораторией институционального анализа экономического факультета Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, г. Москва (Россия)
m.sheresheva@mail.ru

Пахалов Александр Михайлович — научный сотрудник лаборатории институционального анализа экономического факультета Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, г. Москва (Россия)
pakhalov@gmail.com