

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИИ

**Хачатурян К.С.**, доцент кафедры экономических теорий и  
военной экономики Военного университета,  
кандидат экономических наук, доцент

*В работе анализируются перспективы развития социальной ответственности в оборонной промышленности России, выявляются актуальные проблемы обеспечения отечественных оборонных предприятий и организаций трудовыми ресурсами, разработаны и обоснованы приоритетные пути повышения трудового потенциала отрасли.*

**Ключевые слова:** трудовые ресурсы, кадровый потенциал, оборонно-промышленный комплекс.

UDC 330.322.3

## PROSPECTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DEFENSE INDUSTRY COMPLEX RUSSIA

**Khachaturian K.S.**, reader of economic theories and  
military economy of Military University,  
candidate of Science (economic), docent

*This paper analyzes the prospects for the development of social responsibility in the Russian defense industry, identify current problems provide domestic defense enterprises and organizations of human resources, developed and proved the priority road-sheniya increase employment potential of the sector.*

**Keywords:** manpower, personnel potential, defense industry complex.

До недавнего времени понятие социальной ответственности практически не ассоциировалось с российским оборонным бизнес-сообществом и работало на уровне «разовых» социальных проектов, имевших больше социальный эффект для компании на уровне ее региональных интересов. В последнее десятилетие ситуация сильно изменилась. Это и не удивительно, поскольку преобразования в развитии производства и общества, происходив-

шие в странах Западной Европы и Северной Америки в течение целого века, в России совершаются в сверхсжатые сроки.

Превращение интеллектуального капитала в доминирующий фактор производства привело бизнес к пониманию того, что одним из основополагающих признаков цивилизованности и современности любой крупной компании становится ее социальная роль. Результаты недавних исследований показывают, что период рассмотрения социальных расходов исключительно как вложений средств в соответствии с личными ценностями и этическими принципами меняется (хотя и не так быстро, как того требует действительность) признанием инвестиций в человеческий капитал как самого эффективного вложения нашего времени.

Социальная активность российских компаний объясняется различными причинами. Западные аналитики считают, что это может повысить капитализацию компаний. Российские объясняют позитивные тенденции со стороны корпораций в области социальной ответственности стремлением сформировать стабильные внутренние рынки, сделать вклад в улучшение социально-экономического положения своих сотрудников, населения региона присутствия. У российских инвесторов пока нет реальной возможности оценить, насколько компания ответственна в своих взаимоотношениях со своим персоналом, потребителями, местным сообществом, окружающей средой. Это связано с тем, что низкая информационная прозрачность деятельности компании не позволяет судить о степени ее социальной ответственности. Соответственно, общество, государство, да и сами компании проявляют внимание и интерес к социальным, экологическим и этическим аспектам деятельности в связи со сложившейся необходимостью. Например, как только речь заходит о возможности ИРО, компании срочно переходят на международные стандарты отчетности, реорганизуют свой малопрозрачный бизнес, улучшают практику корпоративного управления, выпускают социальные отчеты.

Основу европейской и американской социальной сознательности определяет политика совместных действий государства и бизнеса по сохранению

социальной стабильности. Логика здесь прозрачна: государство заинтересовано в благополучном и устойчивом обществе, а так как подавляющая часть общества является наемными работниками, то и корпоративная ответственность компаний принимает в основном формы ответственности перед работниками. Бизнес, в свою очередь, заинтересован в создании интеллектуального человеческого капитала, как в рамках компании, так и в масштабах национальной экономики.

Как уже отмечалось выше, конкуренция за привлечение на работу талантливых сотрудников будет только возрастать. В ближайшие двадцать лет компании будут активно соперничать за ограниченное количество одаренных работников. В этих условиях попытки увидеть в благотворительности и спонсорстве главный инструмент решения социальных проблем обречен на провал. Сама этиология термина «благотворительность» свидетельствует о его нравственном, а не экономическом содержании. Состояние дел в области благотворительности и филантропии (по сути своей это равнозначные термины) показывает уровень морально-нравственного развития общества. Исходя из мирового опыта, отечественному оборонному бизнес-сообществу следует сделать вывод о том, что единственным (на данный момент времени) экономическим механизмом решения проблемы формирования и развития человеческого интеллектуального капитала являются инвестиции в человеческое развитие.

Современная инновационная экономика требует не просто высококвалифицированных специалистов, а развитие наукоемких отраслей. Для осуществления фундаментальных научных открытий и разработок, их успешной адаптации на практике необходимы талантливые научные кадры. Государство в одиночку с этой проблемой не справится, а «пожертвования» не дадут нужного результата.

Целенаправленная, долгосрочная, системная политика, направленная на решение этой общественно значимой задачи, должна быть составляющей общей бизнес-стратегии компаний оборонно-промышленного комплекса.

Вывод, к которому однозначно приходит бизнес в мировом масштабе – чем больше «социальности» в экономике, тем больше капиталов можно будет в нее привлечь. Особое место в реализации политики социальной ответственности занимают корпоративные университеты, нацеленные на подготовку и переподготовку специалистов высшего и среднего звена, на усиление их понимания перспектив развития компании.

По мнению автора, целью корпоративного университета является содействие работникам в изучении и применении новейших управленческих технологий для решения актуальных для компании задач. Обучение нацелено на «карьерный лифт», обеспечение высокой профессиональной мобильности персонала. В настоящее время крупные оборонные корпорации, такие как, ОАО «Концерн ПВО «Алмаз-Антей», ОАО «Научно-производственная корпорация «УРАЛВАГОНЗАВОД», ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация», ОАО «Объединенная судостроительная корпорация», ОАО «Объединенная промышленная корпорация «ОБОРОНПРОМ» и ряд других, создали такие университеты.

Как правило, компании финансируют те направления социальной политики, в которых государственные вложения не являются количественно адекватными (поддержка малоимущих, многодетных семей, молодых специалистов, жилищно-коммунальное хозяйство и т.д.). В результате до сих пор не установилось четкого разграничения между благотворительностью и социальным инвестированием. Первое зачастую воспринимается как осуществление эффективных вложений в социальное развитие.

В России основными движущими силами процессов социальной ответственности бизнеса является пока еще незначительное количество наиболее «продвинутых» компаний или крупных компаний, созданных в результате процесса приватизации. И это не удивительно, поскольку ответственность сводится исключительно к деловой этике, репутации, росту доверия к бизнесу со стороны общества.

Точная статистика средств, направленных на благотворительные цели, в России отсутствует. По разным подсчетам, сумма ежегодных пожертвований крупных российских корпораций составляет до 500 млн. евро [3, с. 86]. Более 50% этих пожертвований осуществляют 50% крупнейших компаний – «ЛУКОЙЛ», «Газпром», «Северсталь», «Роснефть» и др. Каждая из перечисленных компаний ежегодно на социальные цели тратит значительные суммы. Так, например, ОАО «ЛУКОЙЛ» в 2010 году на благотворительные и социальные программы направило 112 млн. долл., на выполнение мероприятий по обеспечению экологической безопасности было затрачено около 715 млн. долл. (в 2009 году – 420 млн. долл.) [3, с. 87]. ОАО «Северсталь» направило в 2010 году на реализацию социальных программ – 45,5 млн. долл. [4, с. 65]. ОАО «НК «Роснефть» в 2010 году на спонсорство и благотворительность направило более 53,5 млн. долл. [5, с. 7]

К сожалению, приходится констатировать, что в большинстве случаев социальные инвестиции российских компаний – это «добровольно-принудительное» перечисление средств на цели благоустройства и нужды социальной сферы, инициированное для крупных компаний – руководством страны для остальных, как правило, – администрацией регионов присутствия компаний.

Одной из причин, объясняющих такое положение, является то, что многие крупные оборонные предприятия исторически являлись градообразующими. Жизнь всего города зависела от того, насколько полно и регулярно крупнейшее городское предприятие финансирует социальную сферу. И, несмотря на реструктуризацию и выведение непроизводственных объектов с балансов предприятий, эта зависимость сохраняется. Хотя градообразующие компании или нет, но им постоянно приходится готовить «сети» к отопительному сезону, строительство и реконструкцию объектов социальной инфраструктуры, административных зданий, покрывать долги по детским пособиям, оказывать «добровольную» помощь ветеранам и инвалидам. Как правило, местные органы власти считают такую «помощь» нормой, а бизнес

привыкает к извращенным формам налогообложения. И если во всем мире социальную ответственность рассматривают как единственный путь, который позволит создать основу для стабильного и прочного бизнеса, то российское бизнес-сообщество, в лучшем случае, видит в ней корпоративную филантропию, инструмент публичной политики компании.

Важной проблемой развития социальной ответственности в оборонном бизнес-сообществе России является проблема взаимодействия бизнеса, власти и общества при разработке и реализации социальных программ. Причем это относится как к внутренним, так и к внешним социальным проектам. В последнее время региональные руководители выступают за необходимость законодательного принуждения бизнеса к социальной ответственности, таким образом, пытаясь переложить часть своей ответственности за решение социальных вопросов на бизнес.

Государственная политика в области финансирования социальных программ находится в стадии реформирования. Замена с 2010 года единого социального налога (ЕСН) страховыми взносами на обязательное страхование [1] не полностью привела к тому эффекту, на который рассчитывало правительство. Многие предприятия по-прежнему не показывают реального фонда заработной платы, из-за чего страдает финансирование социальных программ, за которые отвечает государство, что усиливает давление на частный сектор.

В последние два десятилетия тенденцией является то, что государство в отношениях с бизнесом и обществом не находит приемлемой модели взаимоотношений и решает социальные проблемы административными методами. Российская специфика существенно затрудняет реализацию принципов социальной ответственности бизнеса.

Российское оборонное бизнес-сообщество, как источник социальной ответственности, не всегда готово к добровольному принятию финансовых обязательств за осуществление социальных программ для местного сообщества. Эта неготовность связана с непониманием необходимости практики со-

циальной ответственности, а формы, в которых она реализуется, зачастую приносят краткосрочный эффект. Система координат, которая позволит оценить эффективность социальной деятельности бизнеса, формируется крайне медленно и противоречиво.

Большинство российских оборонных компаний в качестве приоритетных выбирает финансирование внутренних социальных программ – развитие человеческого капитала компаний. О крупных инвестициях для развития социальной сферы речь пока не идет. Акцент делается на создание новых рабочих мест, обучение сотрудников, охрану их здоровья, решение жилищных вопросов. Основной статьей социальных инвестиций остается развитие персонала – в среднем от 40% до 60%.

В этой связи характерен опыт ведущих оборонных корпораций в части реализации социальных программ. Так ОАО «Научно-производственная корпорация «УРАЛВАГОНЗАВОД» им. Ф.Э. Дзержинского» [6, с. 71; 7] в рамках реализации кадровой политики корпорации развивает систему профессионального обучения персонала, целью которой является: организация непрерывного опережающего профессионального обучения; планирование стратегии развития предприятия; формирование единой корпоративной культуры управления корпорации.

В корпорации осуществляется подготовка и повышение квалификации рабочих по 327 профессиям и специальностям. Ежегодно по всем видам образовательных программ обучается до 19 тыс. сотрудников. Подготовка специалистов для корпорации в училищах, техникумах и вузах страны является приоритетным направлением в планирование стратегии развития предприятия и обеспечивает производство квалифицированными кадрами. Корпорация участвует в реализации национального проекта «Образование». Координацию этой деятельности осуществляет отдел подготовки кадров. Деятельность строится в форме социального партнерства. Основные направления социального партнерства следующие:

- наличие договорных отношений со всеми типами образовательных учреждений;

- поддержка в осуществлении образовательных программ и проектов, способствующих профориентации учащихся и студентов для работы на Уралвагонзаводе;

- организация всех видов практик студентов училищ, техникумов и Вузов на безвозмездной основе (в год проходят практику более 1 000 чел.);

- оказание корпорацией образовательных услуг на безвозмездной основе (обучение школьников рабочим профессиям, организация целевых курсов для поступления в вузы и т.д.).

В 2010 году произведено финансирование работ по укреплению материально-технической базы Нижнетагильского техникума по инновационным образовательным программам по профессиям: «Сварщик», «Слесарь по контрольно-измерительным приборам и автоматики» в объеме 10 млн. руб.

Новой формой социального партнерства является созданный в декабре 2005 года корпоративный университет Уралвагонзавода. Его соучредителями являются 25 образовательных учреждений, в том числе 19 вузов России (Уральский государственный университет путей сообщения, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Балтийский государственный технический университет, Челябинский государственный агроинженерный университет, Московский институт стали и сплавов, Уральский государственный технический университет, Ижевский государственный технический университет, Уральская академия государственной службы и др.).

Еще одним направлением в социальной политике корпорации является реализация программы «Жилье». По программе в 2010 году оказана корпоративная поддержка по оплате ипотечных кредитов 234 чел. на сумму более 35 млн. рублей. Ежемесячно проводятся заседания комиссии по рассмотрению ходатайств работников корпорации, нуждающихся в улучшении жилищных условий. Только в 2010 году рассмотрено и удовлетворено 29 ходатайств на предоставление жилья по договору коммерческого найма.



Забота о здоровье сотрудников – важное направление реализации социальной политики корпорации. Принадлежащий Уралвагонзаводу санаторий-профилакторий предлагает работникам предприятия пройти лечение по льготным курсовкам, по цене 4800 руб. из которых работник платит 2400 руб. и льготным путевкам по цене 20% от стоимости путевки, что составляет 3747 руб.

Из бюджета предприятия на цели реализации социальной программы для ветеранов в 2010 году направлено 15 млн. рублей. Утверждено положение «О постановке на учет и социальной поддержке неработающих пенсионеров», регламентирующее виды социальной поддержки и правила постановки на учет пенсионеров предприятия. За 2010 год на учет принято 438 человек из числа ушедших на пенсию по возрасту. Всего на учете в бюро реализации социальных программ состоят более 10 тысяч бывших работников акционерного общества, из них 124 ветерана Великой Отечественной войны, 1664 труженика тыла, 22 блокадника и 9 узников фашистских концлагерей.

Дополнительно реализуется план мероприятий Совета ветеранов. Оформлен 81 комплект документов на материальную помощь на ритуальные услуги и материальную помощь в тяжелой жизненной ситуации для неработающих пенсионеров. На данную статью предприятием в 2010 году затрачено более 500 тыс. руб.

Также можно отметить и результаты реализации кадровой и социальной политики ОАО «Концерн ПВО «Алмаз-Антей». Среднесписочная численность работников Концерна составляет свыше 93 тыс. чел., из них 34 306 чел. с высшим образованием. Ученую степень кандидата наук имеют 880 работников концерна, доктора наук – 133. Средний возраст работников концерна составляет 49 лет. За заслуги в выполнении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ назначена стипендия Президента Российской Федерации 105 работникам концерна, из них 74 работникам – в возрасте до 35 лет. Созданы механизмы для привлечения и закрепления молодых специалистов:

- заключение прямых договоров с учебными заведениями на подготовку специалистов требуемого профиля;
- организация практики студентов старших курсов с одновременным зачислением их на работу на должности рабочих и техников;
- совмещение учебного процесса с производственной деятельностью для студентов 3-5 курсов;
- заключение целевых договоров предприятий с учебными заведениями, предусматривающих предоставление взаимных услуг, направленных на трудоустройство выпускников на этих предприятиях;
- организовано взаимодействие 15 предприятий концерна с 26 базовыми кафедрами вузов;
- ежегодно свыше 4 тыс. студентов проходят различные виды практик на предприятиях концерна;
- ежегодно приказом Генерального директора концерна 150 наиболее отличившимся молодым специалистам предприятий назначается стипендия концерна;
- рядом предприятий (ОАО «МЗиК», ОАО «ОКБ «Новатор», ОАО «ИЭМЗ «Купол», ОАО «НМЗ») предоставляются займы и ссуды молодым специалистам на приобретение жилья, ведётся строительство квартир для высококвалифицированных специалистов с последующей передачей их в аренду с правом выкупа, строительство общежитий и гостиниц (ОАО «РАТЕП», ОАО «НИИП им. В.В. Тихомирова»).

В течение 2011 года в различных системах повышения профессиональной подготовки (переподготовки) прошли обучение свыше 24 000 чел., из них 4522 чел. из числа руководителей. Прошли профессиональную подготовку и повысили квалификацию более 14 600 рабочих.

Все эти вложения, в конечном итоге, работают на повышение уровня и качества жизни сотрудников, а это, в свою очередь, создает благоприятные условия для создания и развития интеллектуального человеческого капитала.

Исследования показывают, что программы в развитие персонала на практике легче поддаются бюджетированию, контролю и оценке результатов. Большое внимание уделяется социальной поддержке работающих на предприятиях после окончания периода трудовой деятельности, а также для решения вопросов обеспечения жильем. В современных рыночных условиях развития российской экономики к таким социальным программам относятся дополнительные корпоративные системы профессионального пенсионного обеспечения и корпоративные программы ипотечного жилищного кредитования. И хотя такие программы выходят за рамки внутренних, производственно ориентированных социальных приоритетов предприятия, они положительно влияют на условия расширенного воспроизводства рабочей силы.

В оборонно-промышленном комплексе, как, впрочем, и во всей российской промышленности, для абсолютного большинства предприятий формы, направления и объемы социальных вложений выходят далеко за рамки экономических возможностей. Финансовые результаты деятельности предприятий ОПК за последние пять лет (см. рис. 1) свидетельствуют о росте почти вдвое количества убыточных предприятий. Исключение составляют лишь крупные корпорации (в основном сырьевого сектора), чьи предприятия относятся к естественным монополиям, а продукция конкурентоспособна на зарубежных рынках, поскольку отвечает мировым социальным и экологическим стандартам.

По мнению некоторых экспертов, ни одна российская компания не соответствует принятым в мире социальным и экологическим стандартам. Ежегодный прирост инвестиций в основной капитал, направленный на охрану окружающей среды, и рациональное использование природных ресурсов за последние пять лет составляет не более 1,5%. При современном состоянии производственных основных фондов такие объемы инвестиций представляются крайне ничтожными.

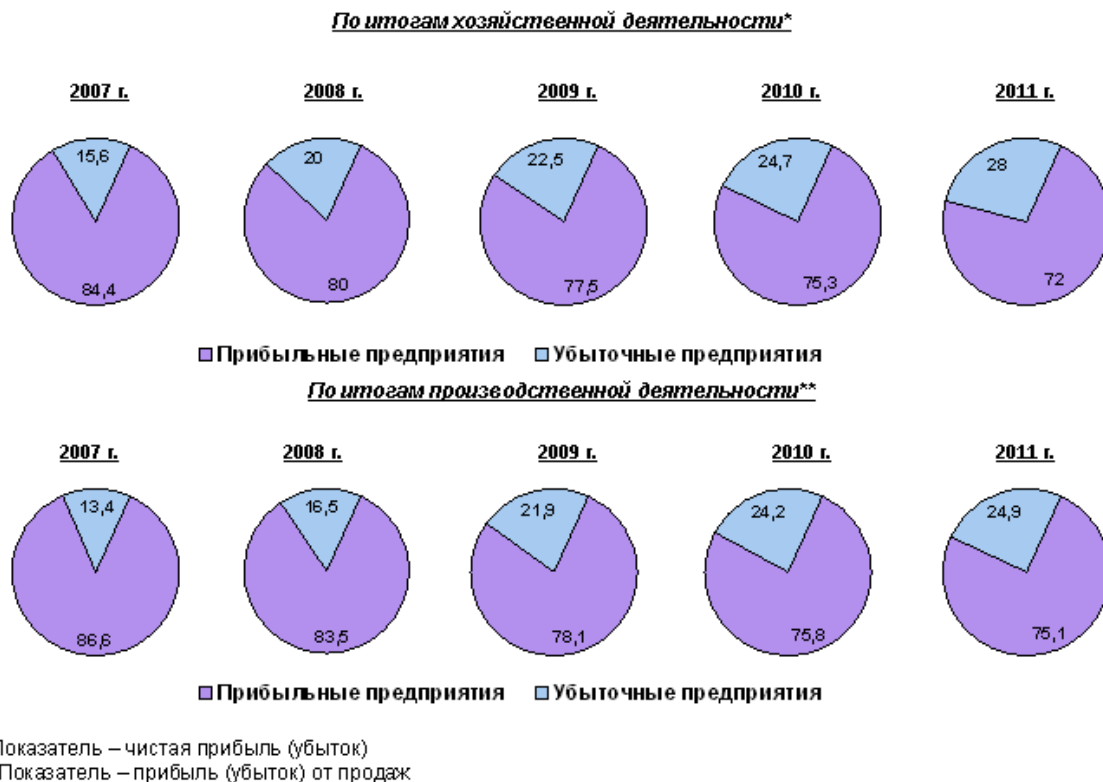


Рис. 1. Финансовый результат деятельности ОПК  
(количество предприятий, %) [8]

Еще одним направлением развития социальной ответственности в оборонном бизнес-сообществе должно стать повышение прозрачности социальной деятельности – сведения, изложенные в красочных буклетах и пресс-релизах, часто бессистемны и отрывочны, не поддаются анализу. Принятие кодексов корпоративного поведения, декларирование приверженности к корпоративной филантропии – зачастую все это поверхностные аспекты социальной ответственности. Не случайно большинство компаний для оценки эффективности осуществляемых социальных программ используют собственные критерии.

Важнейшая экономическая задача крупных оборонных предприятий – интеграция в мирохозяйственные связи и позиционирование в глобальной конкуренции. В ее рамках корпорациям предстоит скрупулезная работа по

выстраиванию бизнеса, организации эффективного менеджмента, налаживанию корпоративного управления и привлечению инвестиций.

Как уже отмечалось, отсутствие общепринятых стандартов публичной социальной отчетности компаний также препятствует созданию оптимальной модели взаимодействия бизнеса, общества и государства. Социальный отчет корпорации – это публичный инструмент информирования акционеров, сотрудников, партнеров и всего общества о том, как и какими темпами компания реализует заложенные в своей миссии или стратегических планах развития цели экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности. Отчет раскрывает информацию о приоритетах и ценностях компании, о ее отношениях с кругом связанных с ней организаций и социальных групп, а также о степени интеграции принципов социальной ответственности в деятельность компании. Более подробно об этой деятельности говорилось в предыдущей главе монографии.

Таким образом, перспективы социального инвестирования в современной России обуславливаются экономическими основами функционирования систем хозяйствования, когда бизнес-системы, базирующиеся на ресурсном равновесии, переходят к функционированию в среде интеллектуализации собственности и человеческого капитала.

Механизмом осуществления такой модели становится партнерство в реализации проектов социально ответственного бизнеса. Поэтому, кроме мотивов роста стоимости и сохранения прав собственности, бизнес поставлен перед необходимостью перейти к рынку социальных инвестиций.

Посткризисный период отражает особенности развития национальных экономик и способность каждой из них противостоять негативным последствиям кризиса. Бизнес должен при поддержке государства осуществлять инвестиции в реальный сектор экономики в соответствии с требованиями стратегически значимых национальных проектов. Разумеется, проблема институционализации напрямую увязывается с вопросами концентрации интеллектуального потенциала страны, решение которой может, при прочих равных

условиях, в недалеком будущем превратить ее в передовую державу, не только имеющую динамичный экономический рост, но и стабильную систему социального инвестирования.

### Литература

1. Федеральный закон № 212-ФЗ от 24.07.2009 «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования» // Российская газета, 2009. – 30 июля.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года / Утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1662-р.
3. Отчет о деятельности ОАО «ЛУКОЙЛ» за 2010 год. – М.: Изд-во ООО «ЛУКОЙЛ-Инжиниринг», 2011.
4. «Северсталь» Социальный отчет за 2010 год: Устойчивость. Эффективность. Взаимодействие. – М.: Изд-во ОАО «Северсталь», 2011.
5. Отчет по устойчивому развитию ОАО «НК «Роснефть». – М.: Изд-во Роснефть, 2011.
6. Отчет о деятельности Министерства промышленности и торговли Российской Федерации 2004-2011 годы. – М.: Изд-во Минпромторга России, 2012.
7. Официальный сайт ОАО «Научно-производственная корпорация «УРАЛВАГОНЗАВОД» им. Ф.Э. Дзержинского» / <http://www.uvz.ru>.
8. Информагентство «ТС-ВПК»: ВПК России: Структурные показатели 2000-2011 гг.