

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ АМЕРИКАНСКИХ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ

ОЛЕГ ПИЧКОВ

МГИМО-Университет, Москва, Россия

Резюме

Концепция социальной ответственности бизнеса получила широкое признание в последние годы. Для ведущих компаний мира уже устоявшейся практикой стало выделение средств на социальные и экологические программы. Более того, сформировались два основных подхода к корпоративной социальной ответственности. В то время как в Европе она прямо предписывается бизнесу мерами государственного регулирования, в США с ней связывают обязательства, которые корпорации принимают на себя сами. В сравнении этих подходов европейская модель, как правило, признается более эффективной. Вместе с тем американский опыт в этом отношении чище в том смысле, что делает очевидным следующую закономерность: в современном мире даже в отсутствие формальных ограничений ориентация исключительно на извлечение прибыли оказывается непродуктивной. В этой связи в статье оценивается опыт трех ведущих нефтегазовых компаний США (ExxonMobil, Chevron и ConocoPhillips) в сфере реализации концепции социальной ответственности. По основным показателям они остаются крупнейшими корпорациями в своей отрасли и в американской экономике в целом. При этом проведенный анализ свидетельствует, что на фоне традиционно негативного отношения общественности к представителям нефтяного сектора, рассмотренные компании относятся к числу наиболее социально ответственных. В этом отношении они опережают даже своих европейских аналогов, несмотря на различия в системах регулирования. Их социальная ответственность проявляется в первую очередь в финансировании программ в трех областях: в образовании, здравоохранении и в вопросах охраны труда. В частности, нефтяные гиганты уделяют приоритетное внимание развитию преподавания естественнонаучных и инженерных дисциплин. Подобные вложения нельзя рассматривать как чистый альтруизм – они способствуют формированию более благоприятного образа компаний и, в конечном счете, их основной деятельности. В то же время принимаемые ими программы представляют собой удачный пример частно-государственного партнерства в социальной сфере.

Ключевые слова:

корпоративная социальная ответственность; нефтяные корпорации; гранты; образование; здравоохранение; социальное развитие; теория корпоративного эгоизма; США.

В последние годы на сайтах крупных западных корпораций центральное место все чаще занимает раздел, посвященный устойчивому развитию. Компании реализуют масштабные социальные и экологические проекты и не менее масштабно освещают их в СМИ, а во главу своего развития и долгосрочной стратегии ставят ответственность перед обществом и окружающей средой.

Многие считают, что это лишь тактический ход, продиктованный экономическими интересами и призванный дать фирмам коммерческие преимущества. Но, возможно, подобное поведение – осознанный выбор в пользу новой концепции, приходящей на смену классической либеральной теории.

Традиционный подход к деятельности компаний, описываемый теорией корпоративного эгоизма, исходит из того, что компании несут ответственность только перед своими акционерами, а не перед обществом в целом, и действуют с единственной целью максимизации прибыли. Тем не менее в последние десятилетия признанным фактом стало развитие концепции корпоративной социальной ответственности (КСО), предполагающей иной, сознательный и ответственный подход к ведению бизнеса.

Несмотря на то что существует несколько конкурирующих определений КСО, одна из наиболее полных и уместных трактовок, принятая в западных компаниях, рассматривает ее как *способность и желание бизнеса по собственной воле заниматься не только вопросами прямо связанными с производством и реализацией товаров и услуг, но и с благополучием общества той страны, в которой компания работает* [Кричевский, Гончаров 2006: 8]. В этом смысле в корпоративную ответственность обычно включают два компонента – социально-экономический (охватывающий отношения к персоналу, заинтересованным сторонам и обществу в целом) и экологический (связанный с защитой окружающей среды и снижением негативного влияния на нее от деятельности фирмы). В данной работе рассматривается первое измерение КСО, так как именно оно оказывает наибольшее влияние на развитие социальной сферы.

1

Понимание корпоративной социальной ответственности существенно различается в США и континентальной Европе, в результате чего обычно выделяют две разновидности концепций КСО. Если в США она представляет собой исключительно добровольную деятельность предприятий сверх определенного законом минимума, то в Европе соответствующая сфера деятельности компаний, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами государства. Во Франции и Великобритании, например, корпорации юридически обязаны публиковать ежегодный отчет о КСО, а пенсионные фонды могут инвестировать капитал только в компании, соответствующие критериям социальной и экологической ответственности. Такой контроль со стороны государства не позволяет оценить добровольный вклад европейских компаний, поэтому более показательным будет анализ деятельности в области социальной ответственности американских корпораций. Ее формы и масштабы определяются исключительно самими компаниями и предусматривают их максимальную самостоятельность в определении своего общественного вклада.

Либеральная американская модель уступает европейской модели в обеспечении практической отдачи от бизнеса в области социальной ответственности, о чем свидетельствуют все ведущие исследования и рейтинги. Наиболее авторитетный рейтинг социальной, корпоративной и экологической политики 25 развитых стран английской *FTSE Group* (ESG Rating), оценивает деятельность европейских корпораций (без Великобритании) в 3,21 балла из 5, а американских – только в 2,64 балла, что ниже среднемирового значения. В общемировом списке лидеров индекса Доу-Джонса по устойчивому развитию (DJSI World) в 2012 г. ни в одном секторе экономики не лидирует американская компания, а в 13 из 19 секторах первое место занимают европейские корпорации.

Основными причинами относительно слабых показателей американского бизне-

са в области социальной ответственности по сравнению с европейским остаются более либеральный рынок труда (и, как следствие, меньшая защищенность наемных работников) и более мягкие экологические стандарты и предписания. Вместе с тем на уровне крупного бизнеса, как будет показано далее, ситуация может быть значительно иной, и отдельные американские корпорации по масштабам и результатам своей деятельности в области КСО могут ни в чем не уступать европейским.

Среди всех отраслей экономики по качеству социальной, экономической и корпоративной политики компаний (ESG Criteria), по данным *FTSE Group*, нефтегазовая отрасль занимает последнее место, то есть является сектором с минимальной социальной ответственностью бизнеса. Несомненно, это вызвано как высокими экологическими и производственными рисками в отрасли, так и продолжавшимся многие десятилетия пренебрежением надлежащих мер охраны труда и снижения негативного влияния нефтегазовой деятельности на экологию и общество со стороны большинства компаний.

Вместе с тем, что подчеркивается и авторами исследования *FTSE Group*, в этой отрасли существует значительная дифференциация, и некоторые крупнейшие энергетические компании являются мировыми лидерами в области социальной и экологической политики. Парадоксальным образом, именно в нефтегазовом секторе социальной политике компаний сопутствуют наибольшие вызовы и проблемы, и именно в этой отрасли эффективность политики КСО проявляется наиболее наглядным образом.

В нефтегазовом секторе США, который формируют несколько сотен компаний, выделяются три гиганта – *ExxonMobil*, *Chevron* и *ConocoPhillips*, которые принято относить к мировым нефтяным «мейджорам». Это не просто крупнейшие американские корпорации, превосходящие по выручке и добыче последующие компании минимум в два раза, но и главные налогоплательщики в бюджет США, занимающие 1, 3 и 4 места в списке крупнейших компа-

ний США *Forbes Fortune* 500 в 2012 году. Учитывая масштаб деятельности и огромный объем средств, перераспределяемый этими нефтяными гигантами, их деятельность в области корпоративной социальной ответственности становится объектом пристального изучения и мониторинга со стороны государства и оказывает значительное влияние на развитие социальной сферы в стране в целом.

□

Целесообразно начать анализ деятельности в области КСО с национального и мирового лидера – компании *ExxonMobil*. Это крупнейшая в США и мире корпорация по выручке (482 млрд. долл. в 2012 году), 4-ая в мире – по объему добычи углеводородов (4,5 млн. баррелей в день), крупнейший налогоплательщик страны (более 27 млрд. долл.) и один из крупнейших работодателей. Благодаря стабильному финансовому положению, глубокой диверсификации и высокой добавленной стоимости бизнеса, высочайшему качеству контроля и корпоративного управления компания получила беспрецедентно высокую оценку на рынке, и 25 января 2013 г. *ExxonMobil* после годовичного перерыва снова стала самой дорогой компанией в мире.

Владельцами компании являются более 2000 институциональных инвесторов и более 2,5 млн. частных лиц. Одно это обстоятельство означает ответственность корпорации перед очень широким и разнообразным кругом лиц, что способствует эффективной и прозрачной политике *ExxonMobil* во всех сферах.

Отличительная черта компании, которая обращает на себя внимание при анализе открытой информации, – максимально полный объем предоставляемой информации касательно политики КСО, социальных и экологических программ, включая детальное распределение затрат на социальную сферу. Точность и правдивость отчетности по КСО компании проверяется внешней оценивающей группой, состоящей из пяти независимых специалистов в области корпоративной ответственности.

Общий объем инвестиций *ExxonMobil* в социальную сферу поражает. В 2011 г. американская корпорация вложила в различные социальные проекты и благотворительность более 234 млн. долл., из которых почти 124 млн. долл., то есть более 50%, приходится на США. Такое распределение расходов подчеркивает «патриотичность» *ExxonMobil* и высокую социальную ответственность нефтяного гиганта перед собственной страной, учитывая тот факт, что компания действует более чем в 50 странах мира и большую часть ресурсов добывает за пределами США.

Конечно, компания тратит огромные средства на поддержку общественно значимых проектов и в других странах, где она осуществляет свою деятельность. Это и масштабная программа по борьбе с малярией в странах Африки и Азиатско-Тихоокеанского региона, на которую только в 2011 г. *ExxonMobil* потратила 11,6 млн. долларов. Это и значительные затраты на профессиональное обучение и поддержку предпринимательства женщин и меньшинств в развивающихся странах (более 15 млн долл. в 2011 году), а также строительство социальной инфраструктуры (40 млн. долл.). Тем не менее, исходя из целей исследования, важнее оценить влияние программ в области КСО на социальную сферу в самих США, поэтому более подробно следует рассмотреть социальные инвестиции компании внутри страны.

Ключевым направлением социальных расходов *ExxonMobil* в США является Национальная инициатива в области физики и математики (National Math and Science Initiative) – одна из крупнейших корпоративных социальных программ в США и во всем мире, направленная на повышение качества американского школьного образования в точных науках. В 2007 г. *ExxonMobil* стала партнером-учредителем этой инициативы, вложив 125 млн. долл. в ее долгосрочное развитие.

В целях улучшения подготовки учащихся и преподавателей по естественнонаучным и инженерным дисциплинам (Science, Technology, Engineering and Mathematics,

STEM) за счет средств инициативы разрабатываются, внедряются и тиражируются в национальном масштабе эффективные программы с измеримыми результатами, такие как Программа обучения и стимулирования курсов углубленного изучения предмета (Advance Placement Training and Incentive Program, АРТИР) и UTeach. АРТИР оказалась единственной национальной образовательной программой, которая принесла значительные и долговременные результаты, показав существенный рост процента сдачи экзаменов по углубленному изучению математики, физики и английского языка в школах, в ней участвующих. Программа UTeach, созданная в 2008 году, направлена на обучение и подготовку квалифицированных преподавателей по физике и математике.

Немалую роль в сборе средств для образовательных проектов играют частные пожертвования сотрудников компании, соразмерно увеличиваемые самой компанией в рамках специальной программы. Только в 2011 г. таким способом было собрано более 26 млн. долл. для поддержки 920 колледжей и университетов по всей стране.

Следует отметить, что широкомасштабная поддержка образовательных инициатив в области физико-математических и инженерных специальностей *ExxonMobil* – это часть глобальной совместной инициативы государства и бизнес-сообщества *Change the Equation*, призванной сохранить за США лидерство в области науки, техники и инноваций в XXI веке через качественное улучшение системы соответствующего образования. Тесное сотрудничество *ExxonMobil* и ряда других крупных корпораций, заинтересованных в подготовке высококвалифицированных технических кадров, с федеральным правительством, администрациями штатов, национальными академиями и неправительственными фондами является одним из наиболее удачных примеров государственно-частного партнерства в социальной сфере США.

Одним из главных приоритетов социальной политики *ExxonMobil* является обеспечение равных прав и равного доступа к об-

разованию и предпринимательской деятельности для женщин и национальных меньшинств, занятых в сфере науки и техники.

Высокие производственные риски и риски травматизма персонала в нефтегазовой отрасли предъявляют особые требования к безопасности труда в компаниях, занятых в этой сфере. *ExxonMobil* положила принцип «никто не должен пострадать» (*Nobody gets hurt*) во главу своей политики охраны труда и техники безопасности, а также всей производственной деятельности компании. Благодаря введению системы управления надежностью операций, эффективной культуре индивидуальной и производственной безопасности, *ExxonMobil* удалось добиться исключения смертельных травм среди сотрудников компании в последние два года. (Правда, в 2011 г. произошло 9 фатальных случаев у подрядчиков компании, что признано крайне неудовлетворительным результатом.)

Любая компания может быть социально ответственной только тогда, когда ее персонал принимает и разделяет эту ответственность. *ExxonMobil* уделяет большое внимание вовлечению сотрудников компании в свою деятельность в области КСО. Оно реализуется через систему софинансирования частных пожертвований работников компании, программы помощи при стихийных бедствиях и волонтерские программы, которые позволяют сотрудникам принимать самое активное участие в спонсорской, благотворительной и волонтерской деятельности корпорации. В 2011 г. сотрудники *ExxonMobil* и их семьи безвозмездно отработали 728 900 часов в качестве волонтеров благотворительных организаций и пожертвовали более 44 млн. долл. через различные корпоративные программы.

Беспрецедентная по объему затрат программа *ExxonMobil* в области КСО, кроме того, максимально прозрачно представлена в открытых источниках информации, включая полную финансовую отчетность, что нехарактерно для других нефтяных «мейджоров». Несмотря на то что компанию часто критикуют за медлительность и неповоротливость в вопросе развития воз-

обновляемых источников энергии и борьбы с изменением климата, *ExxonMobil* является признанным лидером в сфере социальной политики, в особенности инвестиций в образование и здравоохранение. После аварии танкера «Эксон Вальдез» в 1989 г. компании на протяжении более 20 лет удается избегать крупных скандалов и обвинений в СМИ и сохранять репутацию крупнейшего донора социальной сферы США.

З

Chevron – вторая нефтегазовая корпорация США по размеру и налоговым отчислениям, но первая по репутации, занимающая лидирующую позицию в списке самых уважаемых компаний *Forbes* в 2012 г. среди компаний нефтяной отрасли. *Chevron* опережает своих конкурентов по качеству инноваций (компания инвестирует больше всех в мире в возобновляемые источники энергии), управления персоналом, использования корпоративных активов и политики в области социальной ответственности (*Chevron* – единственный представитель нефтяной отрасли, входящий в десятку компаний с лучшей репутацией по корпоративной социальной ответственности).

Концепция КСО интегрирована в саму стратегию и ключевые цели *Chevron*. Во главу своего развития компания ставит так называемый «Путь Шеврона» (*The Chevron Way*) – достижение высоких результатов только правильными и ответственными методами. В основе этой концепции лежит цель не просто стать глобальной энергетической компанией, но и заслужить всеобщее признание и уважение со стороны инвесторов, партнеров, государства и общественности не только за полученные результаты, но и за пути, выбранные для их получения.

Традиционно сильным направлением деятельности в области КСО *Chevron* является экологическая политика. Компания активно разрабатывает нетрадиционные и альтернативные источники энергии, а также реализует масштабные экологические проекты и программы сохранения биоло-

гического разнообразия. Но нас интересуют в первую очередь социальные проекты корпорации.

Общий объем инвестиций в социальную сферу *Chevron* вырос за последние 5 лет более чем в два раза и составил 209 млн. долл. в 2011 году, по затратам в процентах от выручки она лидирует среди нефтяных мейджоров. В то же время, так как компания не предоставляет информацию о структуре затрат по странам, объем инвестиций на социальные проекты в США точно оценить невозможно.

Как и большинство других компаний, *Chevron* выделяет три основных направления социальных инвестиций — образование, здравоохранение и экономическое развитие. В сфере образования в США корпоративные программы по масштабу и направлению схожи с проектами *ExxonMobil* и касаются в основном поддержки среднего и высшего образования в области естественнонаучных и инженерных дисциплин. Общая сумма вложенных в образовательную систему США средств в 2009–2011 годах составила около 100 млн. долл., а участниками программ стали более полу-миллиона учеников и студентов и более 6 000 преподавателей.

Наиболее масштабная программа сотрудничества *Chevron* с университетами (University Partnership Program) включает гранты, стипендии и финансирование научных центров в семи крупных вузах США для привлечения студентов и улучшения качества образования в физико-математических и инженерных специальностях. В Калифорнии корпорация поддерживает образовательные проекты для бедных, в том числе *The Bread Project* на базе Калифорнийского университета в Беркли, направленный на обучение людей с низкими доходами кулинарным навыкам и пекарному делу. Реализуются инициативы, ориентированные на стимулирование самих потребителей быть социально ответственными. Например, с помощью программы *Fuel Your School* любой человек может спонсировать школьное образование в своем штате, заправляясь на АЗС *Chevron*.

Основное направление содействия *Chevron* здравоохранению связано с борьбой со СПИДом в США и по всему миру. В Техасе на базе Бейлорского медицинского колледжа и детского госпиталя при поддержке *Chevron* создана крупнейшая в мире университетская программа помощи детям, зараженным ВИЧ.

В сфере безопасности труда *Chevron* стремится достичь цели «нулевой смертности» (Zero Fatalities) на производстве, сумев постепенно снизить количество смертей среди сотрудников и подрядчиков с 17 до 5 за последние 5 лет.

Несмотря на то что экологическая политика компании, как и любой другой нефтяной корпорации, часто подвергалась общественной критике, средства, которые *Chevron* тратит на деятельность в области КСО, сравнимы с более крупной *ExxonMobil*. Добровольные вложения компании в национальные социальные проекты, особенно в области среднего и высшего технического образования, являются ярким примером американской модели социально ответственного бизнеса.

Третья по величине нефтегазовая компания США и налогоплательщик страны — *ConocoPhillips*. Однако при выручке, почти равной *Chevron*, компания тратит несоразмерно меньший объем средств на социальные инвестиции (около 65 млн. долл. в 2011 г.). В рейтинге социальной ответственности компаний нефтяной отрасли *Forbes ConocoPhillips* занимает лишь 9 место, уступая основным американским и европейским конкурентам. В отличие от других нефтяных гигантов, компания не публикует ежегодный открытый отчет о корпоративной социальной ответственности. В этой связи сведения об объеме и эффективности социальной политики корпорации носят фрагментарный характер.

Образование для *ConocoPhillips* приоритетное направление социальных инвестиций, так же, как и для конкурентов. В 2011 г. компания потратила более 16 млн. долл. на финансирование студенческих грантов, академических программ и стажировок, а также программ подготовки

для поступающих на физико-математические и инженерные специальности в университетах Техаса, Колорадо, Оклахомы и Канзаса. *ConocoPhillips* – партнер Проекта развития национального образования в области энергетики (National Energy Education Development Project, NEED), содействующего проведению обучающих семинаров для преподавателей дисциплин, связанных с энергетикой. Кроме того, компания поддерживает программы дополнительного обучения математики и физики в младшей и средней школе, такие, как MATHCOUNTS и *ConocoPhillips' Elementary Model Science Lab*.

Хотя общий объем социальных затрат *ConocoPhillips* не сравним с *ExxonMobil* и *Chevron*, компания является спонсором рекордного гранта отдельному университету. Университету Аляски в Анкоридже корпорация выделила на развитие программ в области математических и инженерных дисциплин 15 млн. долл., что стало крупнейшим корпоративным пожертвованием в Аляске и крупнейшим единовременным грантом, когда-либо полученным университетами от частных компаний.

Для *ConocoPhillips* характерен акцент на преимущественном финансировании социальной сферы в Аляске, штате, где компания имеет крупные добывающие производства. Так, наряду с образовательными проектами, корпорация пожертвовала 5 млн. долл. на онкологический центр в том же Анкоридже (Providence Cancer Center). Компания поддерживает традиционные ремесла и искусства коренных народов Аляски, организует конференции, фестивали и празднества эскимосско-алеутских народов. Удаленный город Нуиксат на Арктической низменности Аляски, преимущественно заселенный аборигенами, бесплатно отапливается газом по трубопроводу, проведенному *ConocoPhillips*.

4

Масштабные социальные программы у себя в стране реализуют и многие другие американские нефтегазовые компании. Тем не менее на основе анализа их соци-

альной деятельности можно сделать предварительные выводы об эффективности и влиянии реализуемых мер нефтегазового бизнеса в области КСО на социальное развитие в США.

Во-первых, частные американские нефтегазовые корпорации являются ключевыми донорами, финансируя масштабные программы в сфере образования и здравоохранения. При этом они активно взаимодействуют с государственными и общественными институтами в целях повышения глобальной конкурентоспособности образования и науки США. Показательным являются вышеописанные примеры программ развития среднего и высшего образования в области естественнонаучных и инженерных дисциплин. Государственные институты обозначили проблему отставания США в техническом образовании (в 2005–2007 годах), и почти сразу же совместно с частным бизнесом были запущены масштабные образовательные проекты, причем нефтегазовые компании играют ключевую роль в их финансировании.

Во-вторых, и по масштабу и по качеству деятельности в области КСО американские нефтегазовые гиганты опережают большинство европейских конкурентов. *Chevron* и *ExxonMobil* занимают первые два места в рейтинге нефтяных компаний с наилучшей репутацией Forbes, при этом показывая отличные результаты в области социальной ответственности – первое и пятое место соответственно (у *ConocoPhillips* – 9 место). Им удается избегать крупных скандалов, связанных с негативным влиянием нефтегазовой деятельности на экологию и жизнь местных сообществ, чем не могут похвастаться, например, британская BP или французская Total. Что же касается объема социальных затрат, то *ExxonMobil* и *Chevron* уверенно опережают все остальные компании мира, а суммарный объем ежегодных социальных инвестиций трех рассмотренных компаний превышает 500 млн. долл., более половины из которых приходится на США.

В-третьих, для американского бизнеса характерно исторически консервативное

отношение к концепции КСО и устойчивого развития, и в нефтегазовой сфере ситуация начала меняться лишь в последние десятилетия. Американские нефтяные корпорации только в начале 2000-х годов подхватили общемировой тренд на рост экологической и социальной ответственности бизнеса и за 10 лет догнали и даже обошли многие европейские компании по объемам выделения средств, а также по уровню прозрачности и открытости социальной и благотворительной деятельности. Вероятно, немалую роль в этом сыграло сближение с обществом традиционно далекого от потребителей нефтегазового бизнеса, что заставило компании вкладываться в деловую репутацию и повышать доверия населения через увеличение социальных расходов.

В-четвертых, нельзя не отметить факт преимущественного финансирования нефтяными компаниями тех штатов и регионов, где они имеют максимальное присутствие (штаб-квартиру, районы добычи, нефтеперерабатывающие мощности). Конечно, при реализации социальных программ это дает дополнительные преимущества «нефтяным» штатам Америки (штатам

Мексиканского залива, Калифорнии, Аляске), но такой приоритет финансирования вполне логичен для нефтегазовых компаний, стремящихся улучшить свою репутацию именно в тех регионах, где они имеют контакт с потребителями или активно нанимают рабочую силу.

* * *

Деятельность в области корпоративной социальной ответственности является для американских нефтяных гигантов важным инструментом исправления негативной репутации их отрасли как неэкологичного, эксплуатационного бизнеса. Для американского государства добровольные социальные инициативы бизнеса являются дополнительным, более гибким и адресным, чем налоговые поступления, инструментом развития приоритетных национальных проектов. Каковы бы ни были истинные мотивы компаний, их деятельность – важнейший элемент финансирования социальной сферы США, акт добровольного и осознанного участия бизнеса в решении общественных и социальных проблем своей страны.

Список литературы

- Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. М., 2006.
 2012 Fortune 500 Full List. Annual Ranking of America's Largest Corporations / Fortune Magazine [Электронный ресурс] URL: <http://money.cnn.com/>
 Best and Worst in Social Responsibility. World's Most Admired Companies 2013 / Fortune Magazine [Электронный ресурс] URL: <http://money.cnn.com/magazines/fortune>.
 Community and Social Investments. ConocoPhillips Performance Data [Электронный ресурс] URL: <http://www.conocophillips.com/>
 Employee Volunteerism and Giving. ExxonMobil Community and Development [Электронный ресурс] URL: <http://exxonmobil.com/>
 Exxon Mobil вновь самая дорогая компания в мире. / Вести Экономика, 28.01.2013 [Электронный ресурс] URL: <http://www.vestifinance.ru/>
 ExxonMobil 2011 Corporate Citizenship Report.
 FTSE4GOOD. 10 years of impact & investment. FTSE 2011.
 Results Announced for 2012 Dow Jones Sustainability Indexes Review / S&P Dow Jones Indices Media Release, September 2012.
 The World's Biggest Oil Companies. Christopher Helman, 16.07.2012 [Электронный ресурс] URL: <http://www.forbes.com>
 Which Companies Pay the Most in Taxes? Christopher Helman, 16.04.2012 [Электронный ресурс] URL: <http://www.forbes.com>.
 World's Most Admired Companies 2013 / Fortune Magazine [Электронный ресурс] URL: <http://money.cnn.com/magazines/fortune/>

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE US “BIG OIL”

OLEG PICHKOV

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University), Moscow, Russia, 119454

Abstract

The notion of social responsibility received wide recognition in recent years. Major global companies are already used to allocating funds for social and environmental programmes. Moreover, two major competing approaches towards corporate social responsibility emerged in the U.S. and Europe. While national regulations in European countries directly prescribe to business certain social duties, in the American discourse the term “corporate responsibility” reflects obligations, which companies accept voluntarily. Comparison of these approaches usually recognises European model as more efficient. Meanwhile, American record in this field is purer, as it clearly demonstrates that even without formal limitations companies need to look beyond narrow generation of profit in their activities. In this regard the article assesses achievements of three major oil U.S. companies (ExxonMobil, Chevron and ConocoPhillips) in their execution of social responsibility. In accordance with the key indicators those three companies not only remain the biggest in their field, but are also ranked as the largest corporations in the American economy as a whole. Our analysis testifies that, while the public attitude towards oil companies remains overwhelmingly negative, the corporations under study are among the leaders of social responsibility performance. In this regard their even outperform their European rivals, despite differences in regulations. Their social responsibility is embodied in their funding of programmes in education, healthcare and labour safety. In particular oil giants give priority to development of STEM-disciplines (Science, Technology, Engineering and Mathematics). Such expenditures do not become pure altruism, as they facilitate the creation of favourable climate for business operations. However, such corporate programmes represent successful examples of private-public partnerships in social areas.

Keywords:

corporate social responsibility; oil corporations; research grants; education; healthcare; social development; theory of corporate egoism; USA.

References

- Krichevskiy N., Goncharov S. 2006. *Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost* [Corporate Social Responsibility]. Moscow.
- 2012 Fortune 500 Full List. Annual Ranking of America's Largest Corporations. *Fortune Magazine*. Available at: <http://money.cnn.com/> [accesses 30.05.2013].
- Best and Worst in Social Responsibility. World's Most Admired Companies 2013. *Fortune Magazine*. Available at: <http://money.cnn.com/magazines/fortune> [accessed 30.05.2013].
- Community and Social Investments. ConocoPhillips Performance Data Available at: <http://www.conocophillips.com/> [accessed 30.05.2013].
- Employee Volunteerism and Giving. ExxonMobil Community and Development Available at: <http://exxonmobil.com/> [accessed 30.05.2013]
- The World's Biggest Oil Companies. Christopher Helman, 16.07.2012 Available at: <http://www.forbes.com> [accessed 30.05.2013].
- Which Companies Pay the Most in Taxes? Christopher Helman, 16.04.2012 Available at: <http://www.forbes.com> [accessed 30.05.2013].
- World's Most Admired Companies 2013 / *Fortune Magazine* Available at: <http://money.cnn.com/magazines/fortune/> [accessed 30.05.2013].