

УДК 316.4

ОБЩЕСТВЕННАЯ МОЛОДЁЖНАЯ ПОЛИТИКА КРУПНЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ (КОРПОРАЦИЙ)

© 2013 г.

С.О. Елишев

Московский госуниверситет им. М.В. Ломоносова

elishev@list.ru

Поступила в редакцию 17.08.2013

Рассматриваются особенности осуществления молодёжной политики в Российской Федерации крупными хозяйственными объединениями (корпорациями). Анализируется специфика функционирования самих корпораций, а также деятельность корпораций по работе с молодёжью как внутри компаний, так и вне их.

Ключевые слова: молодёжная политика, корпорация, корпоративная молодёжная политика, молодые специалисты.

Молодёжная политика крупных хозяйственных объединений (корпораций) является одной из моделей общественной молодёжной политики в Российской Федерации наряду с конфессиональной общественной молодёжной политикой, общественной молодёжной политикой политических партий и движений, молодёжной политикой общественных объединений и организаций.

Как и другие модели общественной молодёжной политики, молодёжная политика крупных хозяйственных объединений (корпораций) находится в начале процесса своей институционализации, что связано как с трансформационными процессами и системным кризисом, в которых пребывает современное российское общество и государство, так и с особенностями образования, функционирования, организационно-правового статуса и юрисдикцией предприятий и корпораций в Российской Федерации.

Следует отметить, что под «корпорациями» (от лат. «corporatio» – объединение, сообщество) в современных российских реалиях понимается тип крупной хозяйственной организации, занимающейся экономической деятельностью. Корпорация представляет собой юридическое лицо, функционирующее под управлением менеджеров, входящих в Совет директоров, независимо от своих владельцев (объединения физических лиц, учредителей); несущее ограниченную ответственность и осуществляющее выпуск и свободную продажу своих акций [1, с. 148].

Корпорации могут быть как государственными, частными, так и смешанными. К наиболее распространённым видам корпораций относят акционерные общества и финансово-промышленные группы. Примерами ныне существую-

щих российских корпораций являются ОАО «Газпром», РАО «ЕЭС России», «АвтоВАЗ», нефтяная компания «Лукойл» и другие.

В условиях глобализации большое распространение и влияние на внутреннюю и внешнеполитическую деятельность государств, а значит, и на молодёжную политику (как государственную, так и общественную) получили и оказывают транснациональные корпорации, активно лоббирующие свои интересы.

Транснациональные корпорации (ТНК) – крупные частные, государственные или смешанные предприятия, не зависящие от страны их происхождения, имеющие свои структуры не менее чем в двух странах, которые активно взаимодействуют друг с другом и проводят согласованную экономическую политику под централизованным руководством.

Транснациональные корпорации образуются посредством: 1) учреждения предприятиями разных государств одной совместной и самостоятельной компании; 2) приобретения национальной корпорацией, предприятием контрольного пакета акций иностранного предприятия; 3) путём слияния или поглощения предприятий иностранными корпорациями [1].

Одной из главных проблем развития современной российской экономики, активно обсуждаемой экспертным сообществом, является её чрезмерная офшоризация, что напрямую касается крупных хозяйственных объединений в Российской Федерации. Как отмечают эксперты:

«Россия находится в уникальном, стратегически уязвимом положении. Хребет экономики – предприятия ТЭКа, порты и аэропорты, связь, доменные печи, объекты электроэнергетики –

все это контролируется из офшоров. Но мало того что российские предприятия принадлежат зарубежным компаниям, они еще и перекачивают туда средства» [2].

«Масштабы вывода активов представляют угрозу национальной безопасности и государственности из-за утраты контроля над стратегическими предприятиями топливно-энергетического комплекса, металлургии, машиностроения, оборонно-промышленного комплекса и транспортной инфраструктуры (аэропорты, порты)...» [3].

«Офшоризованным у нас оказывается не только средний и крупный частный бизнес. Оффшорами также активно пользуются компании, имеющие государственный статус госкорпорации, акционерные общества с преобладающей долей государства. Президент Путин в послании Федеральному собранию признал, что госкомпаниями 90% сделок совершают в иностранной юрисдикции» [4].

Интересы ТНК и анонимных бенефициаров могут не совпадать с интересами российского общества и государства, в том числе и в осуществлении молодёжной политики, в вопросах воспитания и социализации современной российской молодёжи, поэтому исследование молодёжной политики крупных хозяйственных субъектов в РФ приобретает ещё большую актуальность.

Общественная молодёжная политика крупных хозяйственных объединений (корпораций) проявляет себя и осуществляется на двух уровнях: внутреннем (внутрикорпоративном) и внешнем (внекорпоративном).

Когда мы говорим о внутреннем (внутрикорпоративном) уровне молодёжной политики крупных хозяйственных объединений, речь идёт о самом распространённом типе и практике работы с молодёжью (молодыми работниками и специалистами) внутри хозяйственного субъекта, объединения, предприятия и его структур, получивших наименование «корпоративной молодёжной политики» (КМП). Когда мы говорим о внешнем (внекорпоративном) уровне молодёжной политики крупных хозяйственных объединений, речь идёт о проектах, программах, типе и практике работы с молодыми людьми, не являющимися сотрудниками данного хозяйственного субъекта (как правило, в рамках спонсорских, благотворительных проектов). Между этими двумя уровнями осуществления общественной молодёжной политики крупных хозяйственных объединений (корпораций) имеются точки соприкосновения и пересечения.

Корпоративная молодёжная политика направлена и ориентирована на процесс подготов-

ки, отбора, формирования молодых кадров: привлечение, удержание и вовлечение молодых работников и специалистов в деятельность хозяйственного субъекта (объединения, предприятия, его структур) в целях совершенствования их профессиональных навыков, раскрытия имеющегося у них потенциала и его эффективного использования на благо корпорации, воспитания преданных корпорации сотрудников.

КМП полноценно реализуется посредством системной работы с молодыми работниками и специалистами в рамках осуществления разноплановых целевых программ и проектов. Во многих корпорациях работа с молодыми и перспективными кадрами начинается не с момента устройства молодого человека на работу в данную организацию, а гораздо раньше, со школьной и университетской скамьи, где идёт работа с талантливыми и одарёнными школьниками и студентами, целенаправленно подготавливаемыми к работе в корпорации. Таким образом и происходит пересечение уровня КМП с внекорпоративным уровнем общественной молодёжной политики крупных хозяйственных объединений (корпораций).

Акцент на работе со школьниками и студентами, например в своих программах и проектах по осуществлению молодёжной политики, делают такие крупные корпорации, как ОАО «НК «Роснефть»», ОАО «Лукойл» и организации группы «Лукойл». По словам вице-президента ОАО «НК «Роснефть»» С.В. Караганова, «в компании «Роснефть» создана и успешно развивается система непрерывного образования «Школа – Вуз – Предприятие». Взаимодействие со школами и вузами дает нам возможность активно участвовать в профессиональном самоопределении молодежи, получении юношами и девушками качественного образования, формировании и развитии личностных и профессиональных компетенций молодых специалистов» [5]. Аналогичная система отбора, подготовки и формирования кадрового потенциала действует в ОАО «Лукойл» и организациях группы «Лукойл» (двузовская подготовка – работа с высшими средними и средними профессиональными заведениями – работа с молодыми работниками) [6].

Эти компании и другие корпорации заключают со школами договоры о сотрудничестве. Школьникам старших классов предоставляется возможность пройти обучение в специально организованных профильных классах (например, в «Роснефть-классах»), а также ознакомительную учебную практику на предприятии, с ними ведётся профориентационная работа, на предприятиях компаний проводятся дни открытых дверей,

экскурсии, семинары, тренинги, деловые игры, отбор будущих кадров с определением их интересов и профессиональной направленности. Осуществляется их подготовка к поступлению в высшие и средние учебные заведения, в том числе в вузы и иные учебные заведения, входящие в структуру корпорации.

Работа с вузами подразумевает прежде всего заключение договора на подготовку специалистов по нужным для корпораций направлениям. Корпорации здесь уже непосредственно занимаются отбором наиболее перспективных для них студентов с целью их последующего трудоустройства. Организуются профориентационная работа, производственная и преддипломная практики и стажировки, проводятся дни открытых дверей, ярмарки вакансий, различные конкурсы, конференции, семинары, тренинги, осуществляются разнообразные стипендиальные программы. Схожие методы в осуществлении молодёжной политики применяют и другие корпорации (например, ОАО «Газпром», ОАО «РЖД»). ОАО «РЖД» также делает акцент на поддержке развития движения студенческих стройотрядов [7].

В программах и проектах развития МКП целого ряда крупных корпораций всячески подчёркивается важность работы с молодёжью, а также значимость и приоритетность для компаний этого направления деятельности, ведь недаром многие из них объявляют тот или иной год Годом молодёжи для корпорации. Например, Межрегиональная профсоюзная организация ОАО «Газпром» объявила 2013 год для корпорации Годом молодёжи.

Работа с молодёжью во многих корпорациях носит комплексный и системный характер, имея под собой научное обоснование, нормативно-правовое и соответствующее учебно-методическое обеспечение. Например, работа с молодёжью ОАО «Лукойл» регламентирована целым рядом внутренних нормативных актов (Комплексной целевой программой Группы «Лукойл» по работе с молодыми работниками и молодыми специалистами на 2008–2017 гг.; Положением об организации работы с молодыми специалистами в Группе «Лукойл»; Положением об адаптации новых работников в организациях группы «Лукойл»; Положением о Совете по работе с молодыми работниками организаций Группы «Лукойл»; Положением о Совете молодых специалистов; Положением о конкурсе молодых специалистов организаций Группы «Лукойл» на присвоение звания «Лучший молодой специалист года»; Положением об организации и проведении практики студентов и учащихся высших,

средних и начальных профессиональных учебных заведений в организациях Группы «Лукойл»; Положением о проведении стажировок в организациях Группы «Лукойл», а также другими нормативными актами) [6].

Работа с молодёжью в ОАО «Газпром» и ОАО «РЖД» подкреплена наличием информационных и учебно-методических материалов (например, учебным пособием И.Ф. Симоновой, И.Ю. Ереминой, Ю.В. Сергеева «Корпоративная молодёжная политика ОАО «Газпром»»; Методическим пособием для молодых сотрудников ОАО «РЖД» о реализации молодёжной политики ОАО «РЖД» в 2009 году, информационными листками «Молодёжь РЖД», журналами «Стройотряд. РЖД» и другими материалами).

Анализ содержания документов, а также программ и проектов по осуществлению молодёжной политики в отношении молодых работников и сотрудников целого ряда корпораций (ОАО «Газпром», ОАО «Роснефть», ОАО «РЖД», ОАО «Лукойл», ОАО «Компания «Сухой»», ОАО «Каустик», ОАО «Объединённая строительная корпорация» (ОСК), ГУП МосНПО «Радон», ОАО «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод» имени Ф.Э. Дзержинского и др.) позволил выделить ряд направлений корпоративной молодёжной политики.

Во-первых, это комплекс программ и проектов, направленных на адаптацию молодых работников и специалистов в организации (адаптацию к труду, профессии, коллективу), возможность ощутить себя на своём месте, собственную востребованность, а также востребованность своей работы.

Во-вторых, система наставничества как наиболее эффективного способа обеспечения преемственности поколений, помощи в социализации, в передаче знаний и навыков профессии квалифицированным опытным специалистом-куратором, специально подготовленным к исполнению этой роли и совершенствующим одновременно свои навыки и мастерство, молодому новичку – сотруднику корпорации.

В-третьих, программы стажировок, знакомящие молодого работника с условиями и спецификой профессиональной деятельности на предприятии, в различных структурах организации, одновременно с раскрытием его потенциала, получением опыта работы, повышения уровня квалификационных знаний и навыков.

В-четвёртых, программы повышения образовательного уровня и квалификации молодых работников и сотрудников организаций с целью соответствия их профессионального уровня организационным требованиям корпорации, а со-

ответственно: прохождение ими курсов повышения квалификации, переподготовки, семинаров, тренингов, проводимых как во внутрикорпоративных школах молодых специалистов, корпоративных учебных центрах и университетах, так и вне корпорации в соответствующих нужному профилю учебных центрах и вузах.

В-пятых, программы направлены на активное участие молодых работников и специалистов в решении организационных вопросов и производственных задач посредством осуществления инновационной, проектной и рационализаторской деятельности организации. В рамках этих программ организуются и проводятся различные форумы, научно-технические конкурсы, конкурсы молодых учёных и специалистов, разнообразные конференции и выставки достижений, круглые столы.

В-шестых, развитие системы кадровой ротации, индивидуального карьерного роста и кадрового резерва, позволяющей молодым работникам и специалистам реализовать свои личностные и профессиональные качества, потенциал, способности и таланты.

В-седьмых, организация деятельности советов молодых специалистов, советов по делам молодёжи организаций и предприятий, молодёжных организаций и комиссий при профсоюзных корпоративных организациях. Эти структуры оказывают содействие и помощь молодым работникам и специалистам в адаптации на предприятиях, самоорганизации, обучении и повышении профессионального уровня, формировании молодёжной корпоративной культуры, в реализации и защите их прав и интересов, охране труда, решении социальных проблем, одновременно способствуя активному вовлечению молодых людей в общественную жизнь.

В-восьмых, программы, направленные на организацию корпоративного отдыха, культурно-досуговых и развлекательных мероприятий, патриотического воспитания, летних и новогодних корпоративных праздников, кружков по интересам и спортивных секций, спортивных мероприятий (спартакиад, соревнований, летних и зимних лагерей, корпоративных чемпионатов по различным видам спорта), паломнических и туристических проектов.

В-девятых, развитие системы корпоративных информационных и сетевых ресурсов, корпоративных СМИ с целью информирования молодых работников и сотрудников об истории корпорации, различных аспектах ее функционирования и жизнедеятельности, действующих корпоративных молодёжных программах и проектах, повы-

шения образовательного уровня, организации неформального общения.

В-десятых, программы, направленные на социальную защиту и оказание помощи, в том числе и материальной, молодым работникам и сотрудникам корпораций. Сюда относятся и меры материального стимулирования молодых работников и сотрудников (например, выплаты разнообразных премий, надбавок, материальной помощи, единовременных пособий, помощи в оплате обучения, жилья, получении мест в детских дошкольных учреждениях за счёт корпораций), и меры, направленные на развитие социальной инфраструктуры корпорации и помощь в решении жилищных проблем (например, предоставление мест в общежитиях, предоставление жилья, компенсация стоимости жилья при найме, беспроцентные ссуды на приобретение жилья, участие в корпоративных жилищных ипотечных программах).

Среди программ и проектов по осуществлению молодёжной политики на внекорпоративном уровне (осуществляемых, например, ОАО «Газпром», ОАО «РЖД», ОАО «Роснефть», ОАО «Лукойл») прежде всего следует выделить два типа программ – благотворительного и спонсорского характера. К подобного рода программам и проектам относятся:

1. Оказание спонсорской помощи детским садам, приютам, школам, школам-интернатам, высшим учебным заведениям. Сюда входит и помощь в строительстве, ремонте, модернизации учебных программ, техническом оснащении подшефных объектов современным оборудованием, приборами и инструментами, а также система поощрения талантливой молодёжи выплатой именных стипендий и грантов. Это направление внекорпоративной общественной молодёжной политики крупных хозяйственных объединений часто, как мы уже отмечали, пересекается с рядом направлений КМП.

2. Работа с благотворительными фондами, общественными организациями и объединениями социальной и благотворительной направленности; создание собственных благотворительных фондов.

3. Реализация благотворительных программ и проектов, организация различных акций, аукционов, конкурсов по сбору вещей и денежных средств для оказания адресной помощи различным категориям молодых людей и объектов социальной инфраструктуры.

4. Реализация программ по популяризации, развитию спорта и спортивной инфраструктуры (строительство спортивных площадок, стадио-

нов), оказание спонсорской помощи спортсменам, тренерам и командам.

Рассмотрев особенности осуществления МКП и внекорпоративной молодёжной политики крупных хозяйственных объединений в РФ, можно с уверенностью констатировать, что молодёжная политика крупных хозяйственных субъектов в Российской Федерации, как одна из моделей общественной молодёжной политики, находится в стадии активной институционализации как на теоретико-методологическом уровне, так и на практическом уровне в виде реализации различных социальных программ и проектов.

Одним из главных недостатков осуществления её в настоящее время, по мнению ряда экспертов, является то, что «проекты крупных предприятий, направленные на работу с молодёжью, к сожалению, охватывают совсем небольшую её часть, отобранную на конкурсной основе и представляющую собой наиболее перспективных и талантливых молодых людей, в то время как остальная «менее перспективная» часть молодёжи (студентов, школьников, выпускников) остаётся за рамками этих проектов» [8, с. 137], как, впрочем, и программы спонсорской и благотворительной направленности.

Иными словами, крупные хозяйственные объединения и корпорации, осуществляя свою молодёжную политику, как правило, в рамках определённых социальных программ и проектов, обусловленных их возможностями и ресурсами, в целом решают узкие тактические задачи, направленные на эффективное использование имеющегося кадрового, инновационного, творческого потенциала и ресурса своих работников и сотрудников, а также формирование преданного отношения со стороны молодых работников и сотрудников к корпорации и её деятельности, заинтересованности в её благополучии и процветании.

В стратегическом плане, в условиях социально-экономических и политических трансформаций в современном российском обществе и государстве, в условиях мировой финансовой нестабильности и кризисных явлений, деятельность крупных хозяйственных объединений и корпо-

раций по социализации, воспитанию, социальному развитию молодёжи, и так не очень заметная, не являясь системной и эффективной, скорее всего, будет и далее минимальной. А вот насколько влияет на это офшорный характер современной российской экономики, пребывание большинства крупных хозяйственных объединений и корпораций в иностранной юрисдикции (а значит, и отсутствие возможной заинтересованности в успешной реализации молодёжной политики в РФ на стратегическом уровне, как и в преодолении системного кризиса, возрождения, российского общества и государственности) – всё это тема для перспективных и ширококомаштабных научных исследований и дискуссий.

Список литературы

1. Добреньков В.И., Елишев С.О. Основы политологии. Консервативный взгляд. М.: Академический Проект, Альма матер, 2013. 311 с.
2. Обухова Евгения, Огородников Евгений. Пора возвращаться с островов // Эксперт. 28.01.2013. № 4. URL: <http://expert.ru/expert/2013/04/pora-vozvrashchat-sya-s-ostrovov/>. (дата обращения 20.07.2013).
3. Дергачев В.А. «Патриоты», обанкротившие Россию. 25.02.2013. URL: http://www.dergachev.ru/geop_events/offshore_geopolitics/05.html#.UfKIR209v2Q. (дата обращения 20.07.2013).
4. Катасонов В.В. Россия: угроза финальной экспроприации. URL: http://ruskline.ru/analitika/2013/06/11/rossiya_ugroza_finalnoj_ekspropriacii/. (дата обращения 20.07.2013).
5. Молодёжная политика НК «Роснефть». Официальный сайт ОАО НК «Роснефть». URL: http://www.rosneft.ru/attach/0/02/68/young_specialist.pdf (дата обращения 20.07.2013).
6. Система работы с молодыми работниками и молодыми специалистами в ОАО «Лукойл» и организациях группы «Лукойл». Официальный сайт ОАО НК «Лукойл». URL: http://www.lukoil.ru/materials/images/social/SMS/Politica_molodeg.pdf. (дата обращения 20.07.2013).
7. Студенческие отряды. Официальный сайт ОАО «РЖД». URL: http://young.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=5207. (дата обращения 20.07.2013).
8. Кибанов А.Я., Ловчева М.В., Лукьянова Т.В. Реализация молодёжной политики в Российской Федерации. М., 2012. 150 с.

PUBLIC YOUTH POLICY OF LARGE ECONOMIC ASSOCIATIONS (CORPORATIONS)

S.O. Elishev

In the article there are considered features of implementation of youth policy in the Russian Federation by large economic associations (corporations). Specifics of functioning of corporations and also activities of corporations for work with youth are analyzed, both in the companies, and out of them.

Keywords: youth policy, corporation, corporate youth policy, young specialists.