Д. М. Горшкова

Санкт-Петербургский государственный университет

ЛОКАЛЬНАЯ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ КАК СПЕЦИФИЧЕСКАЯ АУДИТОРИЯ КОММУНИКАЦИЙ

Коммуникации нефтегазовых компаний с локальной общественностью строятся с учетом специфики отрасли. В отношении организации можно выделить две большие группы — внутреннюю общественность (персонал, акционеры компании) и внешнюю (всех остальных). Аварии, техногенные и экологические кризисы, особенно характерные для сырьевых компаний, определяют приоритет внутренней и местной общественности.

Локальная общественность в нефтегазовой отрасли — это социальные общности, расположенные на территории действия субъектов социального предпринимательства, а также группы и организации, отражающие их интересы.

Группы и организации можно классифицировать следующим образом:

* сотрудники базисного субъекта и их семьи;
* органы государственной власти;
* бизнес-сообщество;
* СМИ;
* некоммерческие организации.

Таким образом, локальное сообщество является форматом, в котором существуют вертикально-интегрированные управленческие структуры (например, муниципалитет города), инициативные группы жителей, а также местные общественные организации.

Нефтегазовые компании осуществляют коммуникацию с данной целевой группой посредством следующих инструментов:

* соглашения о социально-экономическом сотрудничестве с региональными и местными властями (СЭС);
* собственные социальные проекты компании;
* грантовые конкурсы социальных инициатив;
* корпоративное волонтерство;
* адресная благотворительность.

Вертикально-интегрированные нефтегазовые компании (ВИНК) имеют распределенные трудовые коллективы. Таким образом они участвуют в социальном развитии территории, одновременно обеспечивая лучшие условия ведения собственного бизнеса и лояльность местной власти.