

УДК 336:332.132

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РАЗВИТИИ СТРАХОВОГО БИЗНЕСА

Лапшова О.А., Крамлих О.Ю.

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Смоленский филиал, Смоленск,
e-mail: OALapshova@fa.ru*

Статья посвящена роли социальной ответственности, которая приобретает принципиально новый характер и значение под влиянием изменяющихся экономических факторов. Ссылаясь на высказывания ученых, можно сделать вывод о том, что социальная ответственность является не просто обязательством организации, но и естественной, предопределенной самим мироустройством функцией развития бизнеса. Деятельность организации в сфере социальной ответственности не может ограничиваться лишь уплатой налогов и благотворительными акциями. Она представляет собой гораздо более обширную трактовку ведения добросовестной деятельности компании, так как тесно связана с эффективностью деятельности и успехом компании в целом. Ведь, как известно, социально ориентированная компания, выполняющая свои обязательства на уровне своих сотрудников, ведет к мотивации их деятельности и успеху самой организации. По нашему мнению, неправомерно придерживаться точки зрения, что социальная ответственность – это теория разумного эгоизма. Целью исследования является изучение роли социальной ответственности в развитии страхового бизнеса в РФ, а также изучение влияния социальной ответственности организации на эффективность ее деятельности на примере страховой компании. Авторы рассматривают деятельность АО «ЖАСО» в сфере социальной ответственности и влияние внедрения механизмов социальной ответственности на эффективность деятельности компании в целом. Анализируется динамика показателей страховых сборов АО «ЖАСО», динамика показателей себестоимости страховых операций.

Ключевые слова: страховой бизнес, социальная ответственность, механизмы, инструменты, продукты, клиенты, сотрудники, мероприятия

THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DEVELOPMENT OF THE INSURANCE BUSINESS

Lapshova O.A., Kramlikh O.Yu.

*Financial University under the Government of the Russian Federation, Smolensk Branch, Smolensk,
e-mail: OALapshova@fa.ru*

The article is devoted to the role of social responsibility, which acquires a fundamentally new character and significance under the influence of changing economic factors. Referring to the statements of scientists, it can be concluded that social responsibility is not just an obligation of an organization, but also a natural function of business development, predetermined by the world order itself. The activity of an organization in the field of social responsibility cannot be limited only to the payment of taxes and charitable actions. It represents a much broader interpretation of the conduct of the company's bona fide activities, as it is closely related to the efficiency and success of the company as a whole. After all, as you know, a socially-oriented company that fulfills its obligations at the level of its employees leads to the motivation of their activities and the success of the organization itself. In our opinion, it is wrong to adhere to the point of view that social responsibility is a theory of reasonable selfishness. The purpose of the study is to study the role of social responsibility in the development of insurance business in the Russian Federation, as well as to study the impact of social responsibility of an organization on the effectiveness of its activities on the example of an insurance company. The authors consider the activities of PJSC "ZHASO" in the field of social responsibility and the impact of the introduction of social responsibility mechanisms on the efficiency of the company as a whole. The dynamics of indicators of insurance fees of PJSC "ZHASO", the dynamics of indicators of the cost of insurance operations are analyzed.

Keywords: insurance business, social responsibility, mechanisms, tools, products, customers, employees, events

Актуальность данной темы заключается в том, что социальная отчетность в России немногочисленна и является основной составляющей системы корпоративной социальной ответственности, которая в свою очередь реализуется через программы, направленные на внешнюю и внутреннюю среду организаций страхового бизнеса. За счет первостепенной ориентации на своих потребителей и сотрудников компании добиваются их преданности и поддержки, увеличивая свою клиентскую базу, популярность и конкурентоспособность среди других компаний, тем самым повышая за счет

этого эффективность своей непосредственной страховой деятельности.

Роль социальной ответственности рассматривается на различных уровнях иерархии: с позиции государства, регионов и самого страхового бизнеса в отношении работников. Существование социальной ответственности в страховом бизнесе определяется политикой государства и отражает его взаимодействием с обществом.

Цель исследования – изучение роли социальной ответственности в развитии страхового бизнеса в Российской Федерации, а также изучение влияния социальной от-

ответственности организации на эффективность ее деятельности на примере страховой компании.

Материалы и методы исследования

В данной работе применяется метод статистического анализа, предполагающий использование показателей для оценки прогнозов и решения методологических проблем. При работе с источниками используется ситуационный подход в страховом бизнесе, общенаучная методика теории экономических учений, методика обобщения и сравнения. Информационной базой явились нормативно-правовые акты, официальные сайты интернет-ресурсов.

Результаты исследования и их обсуждение

Для того чтобы определить роль социальной ответственности в развитии страхового бизнеса, необходимо проанализировать механизмы реализации социальной ответственности.

Механизм реализации социальной ответственности на уровне государства указывает, по каким направлениям и что конкретно в каждой области происходит в социальной ответственности на государственном уровне. Механизм реализации социальной ответственности на региональном уровне включает в себя сферу занятости, сферу экологии, демографию, повышение уровня жизни населения [1; 2].

Развитие социальной ответственности на уровне компании происходит в основном за счет предоставления социального пакета своим сотрудникам. Существует несколько видов социального пакета: обязательный, дополнительный, конкурентный и компенсационный [3].

Основными целями «социального пакета» являются повышение конкурентоспособности компаний среди других аналогичных компаний; удержание в компании высокопрофессиональных сотрудников и повышение их лояльности по отношению к своей организации; создание благоприятного общественного мнения об организации [4; 5].

Социальная ответственность на уровне самого работника заключается в его самообразовании и самопознании. Так как в общественной жизни происходят постоянные изменения, существует необходимость развития новых обучающих технологий, программ и тренингов для работников, для их постоянного самосовершенствования и самоактуализации в компании и за ее пределами [6; 7].

Далее рассмотрим роль социальной ответственности на примере страховой компании.

АО «ЖАСО» является одной из крупнейших российских страховых компаний, с единой интегрированной корпоративной IT-платформой, объединяющей все филиалы через выделенные каналы связи, позволяющей осуществлять передачу данных в режиме реального времени.

Более чем тридцатилетний опыт деятельности на страховом рынке позволяет Обществу предоставлять качественные услуги в области страхования и управления рисками как крупным корпорациям, так и предприятиям малого и среднего бизнеса по различным видам добровольного и обязательного страхования, разрабатывать индивидуальные страховые программы с учетом потребностей и специфики бизнеса конкретных клиентов.

Уже на протяжении десяти лет компания вплотную занимается вопросом обучения и повышения квалификации своих сотрудников путем тренингов, курсов и различного рода обучающих мероприятий. Несколько раз в год головной офис в г. Москва предоставляет сотрудникам всех филиалов возможность бесплатного прохождения курсов по повышению своей профессиональной деятельности. Такого рода мероприятия способствуют повышению уровня знаний сотрудников, их способности и желания к труду и достижению наивысших профессиональных результатов.

В страховой компании АО «ЖАСО» руководитель дает возможность сотрудникам участвовать в принятии важных решений в организации деятельности компании. Это в свою очередь существенно повышает позитивную «Я-концепцию» и отношение работников к себе как к значимым, достойным уважения, способным к труду и самостоятельному выбору сотрудникам. Различного рода тесты и тренинги, связанные с работой и усовершенствованием своих профессиональных навыков, помогают работникам компании АО «ЖАСО» становиться еще более дипломированными и квалифицированными, знающими свою работу, сотрудниками. Но некоторые моменты следует изменить в компании по отношению к сотрудникам, а именно разгрузить рабочий день некоторых специалистов путем введения дополнительного рабочего места специалиста по страхованию, так как нехватка кадров ведет к сверхурочной работе, которая повышает усталость сотрудников и снижает эффективность их деятельности и заинтересованность в труде.

Конечно, прежде чем проводить оценку работы компании в сфере социальной ответственности, необходимо четко понимать, что об ответственности как таковой можно говорить, если имеются соответствующие полномочия. Это же касается и непосредственно самой социальной ответственности в организации АО «ЖАСО».

Инструментами для реализации повышения уровня АО «ЖАСО» являются различного рода оповещения на корпоративном сайте компании, в основном эти оповещения носят рекламный характер. Они рассказывают о том, в какой области и в какой сфере проводились мероприятия по социальной ответственности. Например, головной офис г. Москвы ежеквартально подводит итоги данных мероприятий и предоставляет информацию в виде рассылки для каждого филиала о совершенных мероприятиях в сфере социальной ответственности. Также организация АО «ЖАСО», проводя встречи со своими клиентами, например на железной дороге, рассказывает о тех мероприятиях в сфере социальной ответственности, которые она проводит. Тем самым проводится некая реклама компании не только как просто страховой, но и той организации, которая всерьез заботится о своих клиентах и о других посторонних организациях и учреждениях. Например, оказывая помощь детским домам, АО «ЖАСО» проводит благотворительные акции, что очень сильно повышает рейтинг компании.

Несомненно, каждая организация стремится к получению прибыли и повышению своего имиджа среди клиентов и конкурентов. Основным критерием для повышения конкурентоспособности в АО «ЖАСО» является повышение лояльности клиентской базы и выполнение прибыли. Но чтобы достичь этого, компания в первую очередь нацелена на своих сотрудников. На данный момент сотрудникам АО «ЖАСО» уделяется достаточно большое внимание для того, чтобы они чувствовали себя социально защищенными и нужными для организации сотрудниками.

Страховая компания, как и любая другая организация, в первую очередь ориентирована на выполнение плана и получение прибыли, но многие из таких компаний забывают о том, что имеют определенное обязательство в сфере социальной ответственности перед своими сотрудниками, клиентами и бизнес-партнерами. Необходимо отметить, что не только лишь уплата налогов, пособий, пенсий, льгот и прочее является выполнением обязательств. Каждая компания должна осознавать всю долю ответственности, которую ей необходимо не-

сти. Но порой эти обязательства являются весьма затратными и сказываются на общем бюджете компании. Для этого необходимо учитывать такие основные аспекты, на которые компании нужно ориентироваться, чтобы добросовестно выполнять свои обязательства и при этом сохранять свою прибыль и иметь финансовую стабильность.

Необходимо также помнить о сокращении расходов путем грантовых программ, подразумевающих выделение денежных средств на социальные программы на конкурсной основе. Это в свою очередь не представляется компании в роли затрат, а скорее в роли решения проблемы, связанной со стремлением к успеху, формированием нового страхового продукта. Вместе с тем это даст возможность снизить издержки на реализацию социальных программ.

Развитие кадровой политики и корпоративной культуры также выступает важным параметром социальной ответственности. Конечно же, известно, что дипломированный специалист будет интересоваться не только размером своей будущей заработной платы, но и миссиями, ценностями, взаимоотношениями в коллективе данной компании и т.д.

Немаловажную роль играет лояльность клиентов данной компании, их преданность и желание идти страховать именно в АО «ЖАСО», а не к конкурентам. Для того чтобы эта преданность со стороны клиентов была достигнута, все вышеизложенные мероприятия должны проводиться с определенной активностью и тщательным вниманием.

Для оценивания эффективной работы страховой компании в области социальной ответственности необходимо руководствоваться экономическими показателями и показателями по работе с персоналом (табл. 1). Так, по состоянию на 31 декабря 2021 года количество клиентов составило около 1,3 млн человек [8].

В своей деятельности страховая компания АО «ЖАСО» стремится оказывать социальную помощь обществу через разработку и внедрение эффективных механизмов социальной ответственности, что является основой формирования современной стратегии страховой политики России и обеспечения доступности в страховых продуктах для населения с различным уровнем доходов.

Для того чтобы лучше понять эффективное финансовое состояние компании и ее способность быть социально ориентированной, рассмотрим один из важнейших показателей эффективности организации – прибыль.

Таблица 1

Экономические показатели и показатели по работе с персоналом АО «ЖАСО»

№	Показатели по состоянию на 31.12.2021 г.	Результат
Экономические показатели		
1	Количество клиентов	1 292 627 человек
2	Доля закупок по страхованию	66,51%
Показатели по работе с персоналом		
1	Степень вовлеченности персонала	74%
2	Количество работников, прошедших внешнее обучение	1 817 человек
3	Количество работников, прошедших внутреннее обучение	17 109 человек

Источник: разработано авторами.

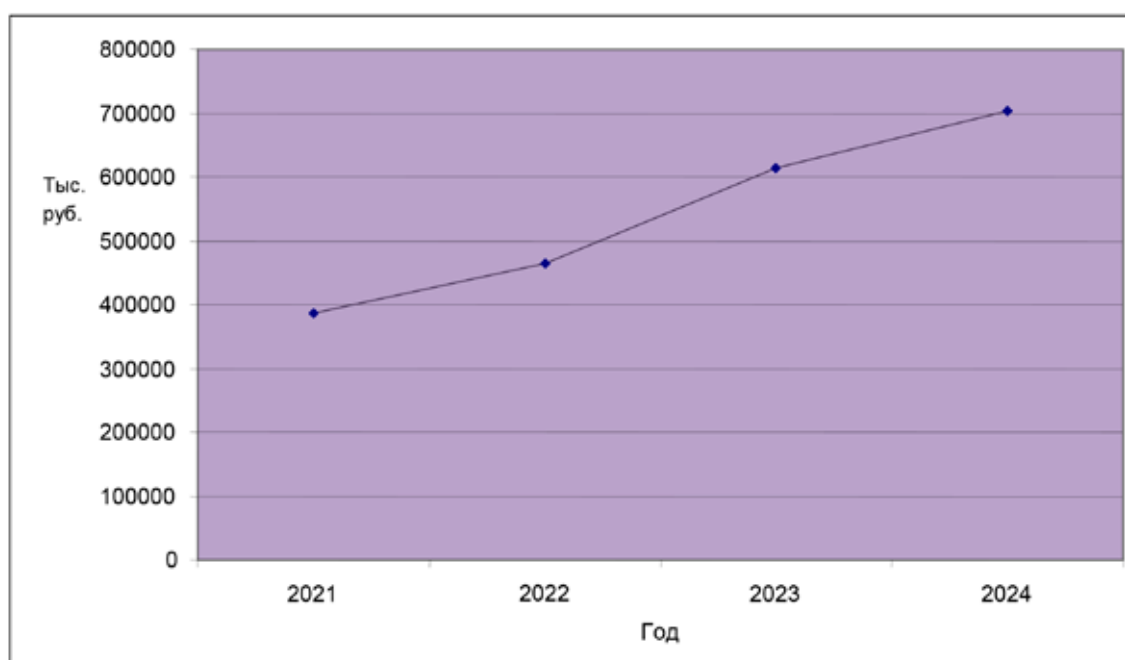


Рис. 1. Динамика показателей страховых сборов АО «ЖАСО» в 2021 – 2024 гг.
Источник: разработано авторами

Прибыль от страховых операций представляет собой разницу между ценой оказанных страховых услуг и их себестоимостью.

Для прогнозирования этих показателей мы используем методы статистического анализа. За основу прогноза возьмем показатели изменения выручки от оказания страховых услуг во времени, используя аналитическое выравнивание ряда. Выявление и характеристика моделей страховых сборов и страховой премии создают базу для прогнозирования. Поскольку организация АО «ЖАСО» имеет положительные тенденции развития, предполагается, что и в буду-

щем эти тенденции сохранятся на прежнем уровне. Выбор типа модели произведем на основании графического изображения ряда динамики страховых сборов. На основании данных о поступлении страховых сборов в АО «ЖАСО» в 2021 – 2024 гг. вычислим прогнозные значения исследуемого показателя на очередные три года (рис. 1).

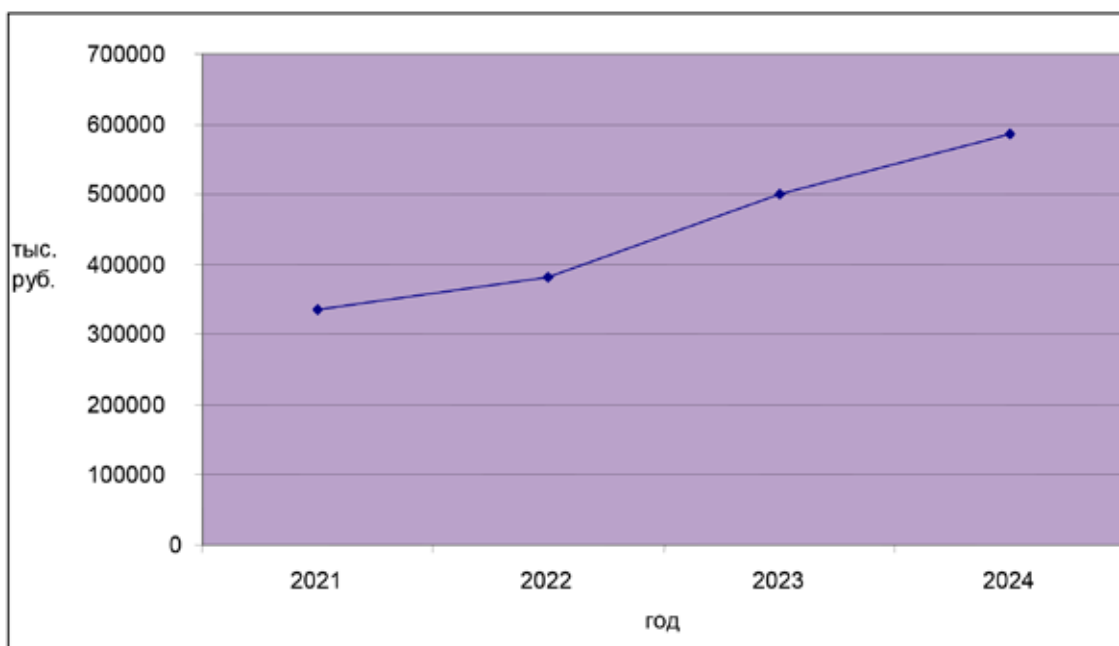
Эмпирическая линия страховых сборов приближается к прямой. Следовательно, можно считать, что линейная функция-прямая отражает тенденцию развития показателей $\hat{y} = a + b * t$. Расчет дополнительных показателей представлен в таблице 2.

Таблица 2

Выравнивание ряда динамики страховых сборов АО «ЖАСО», тыс. руб.

Показатель времени t_i	Условный показатель времени t_i	y_i , тыс. руб.	Расчетные данные		
			t^2	$y \cdot t$	\hat{y}
2021	-3	386592	9	-1159776	377353,5
2022	-1	464787	1	-464787	487185,5
2023	1	614099	1	614099	597017,5
2024	3	702928	9	2108784	706849,5
Всего	0	2168406	20	1098320	2168406

Источник: составлено авторами.

Рис. 2. Динамика показателей себестоимости страховых операций АО «ЖАСО» в 2021–2024 гг.
Источник: разработано авторами

Расчет параметров значительно упрощается, если $\sum t = 0$. Оценка параметров уравнения прямой выполнена методом наименьших квадратов:

$$a = \frac{\sum y}{n} = \frac{2168406}{4} = 542102 \text{ тыс. руб.};$$

$$b = \frac{\sum yt}{\sum t^2} = \frac{1098320}{20} = 54916 \text{ тыс. руб.}$$

Трендовое уравнение имеет вид:

$$\hat{y} = 54916 \cdot t + 542102.$$

Полученное уравнение показывает, что среднее значение страховых сборов за период 2021-2024 гг. составило 542 102 тыс.

руб. Параметр прямой $b=54\,916$ тыс. руб. – показатель приращения страховых сборов, означающий, что ежегодно страховые сборы возрастают на 54 916 тыс. рублей. Прогнозные значения страховых сборов на очередные 3 года вычислим на основе исчисленного ранее уравнения $\hat{y} = 54\,916 \cdot t + 542\,102$ экстраполяцией при $t = 5, 7, 9$.

$$Y_5 = (54\,916 \cdot t + 542\,102) = \\ = (54\,916 \cdot 5 + 542\,102) = 816\,682 \text{ тыс. руб.}$$

$$Y_7 = (54\,916 \cdot t + 542\,102) = \\ = (54\,916 \cdot 7 + 542\,102) = 926\,513 \text{ тыс. руб.}$$

$$Y_9 = (54\,916 \cdot t + 542\,102) = \\ = (54\,916 \cdot 9 + 542\,102) = 1\,036\,346 \text{ тыс. руб.}$$

Эмпирическая линия страховой премии приближается к прямой. Следовательно, можно считать, что линейная функция-прямая отражает тенденцию развития показателей $\hat{y} = a + b * t$.

Усилия компании на 3 прогнозных года будут направлены на достижение целей АО «ЖАСО». Ожидаемый прирост страховых премий будет осуществляться за счет таких направлений страховой деятельности, как добровольное медицинское страхование, обязательное страхование гражданской ответственности владельца опасного объекта, автострахование и др.

Ни одна организация не может существовать без несения своих обязательств перед клиентами, сотрудниками и бизнес-партнерами [9]. Социальная ответственность понимается на разных уровнях поразному. На уровне компании социальная ответственность должна выполняться руководителем по отношению к своим сотрудникам и выражаться в выплате пособий, заработной платы, премий, надбавок, различного рода тренингах и курсах, проведении природоохранной деятельности, благотворительности и спонсорстве, повышении квалификационного уровня работников, предоставлении привлекательных рабочих мест, необходимых условий труда на рабочих местах и т.д.

Заключение

Показатели роста страховых доходов демонстрируют устойчивое финансовое положение компании на рынке страховых услуг. Наблюдается увеличение доли денежных средств, выделяемых ОАО «ЖАСО» на социальную деятельность. Компания планирует и впредь развиваться в сфере социальной ответственности и повышать процент денежных средств, выделяемых на данную сферу деятельности, соответственно, не только демонстрируя деловую репутацию и улучшая имидж, но и увеличивая эффективность своей деятельности.

Все это говорит о том, что ни одна организация не может избежать несения социальной ответственности перед своими сотрудниками, так как эти действия напрямую ведут ее к эффективности ведения своей деятельности [10; 11].

Но, как известно, социально ориентированная организация в первую очередь заботится о своих клиентах, партнерах и сотрудниках, поэтому АО «ЖАСО» в следующие годы намерено стремительно расширить клиентскую базу и повысить уровень страховой компании в рейтинге среди компаний-конкурентов.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что компания АО «ЖАСО» является финансово устойчивой среди других страховых компаний и абсолютно конкурентоспособной. Организация АО «ЖАСО» сможет и дальше выделять денежные средства на социальную сферу и нести все свои социальные обязательства, соблюдая все законные нормы и требования.

Список литературы

1. Лапшова О.А., Шеломенцева М.В. Подходы к исследованию человеческого капитала в сфере управления и экономики // Социально-психологические проблемы ментальности/менталитета. 2016. № 12. С. 155–157.
2. Шальнова О.А., Гаврилина О.П. Этические аспекты внедрения концепций корпоративной социальной ответственности и социально-этичного маркетинга в деятельность компаний // Маркетинг в России и за рубежом. 2022. № 4. С. 3-11.
3. Кричевский Н.А., Гончаров С.Ф. Корпоративная социальная ответственность. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2021. С. 130-147.
4. Теленкова О.В., Крамлих О.Ю., Марченкова Е.Р. Маркетинг как метод продвижения страхового продукта // Перспективы науки. 2017. № 3 (90). С. 35-37.
5. Смирнов Э.А. Разработка управленческих решений. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. 320 с.
6. Земляк С.В., Лапшова О.А., Шеломенцева М.В. Человеческий капитал приграничных регионов: социально-психологический аспект // Экономика и предпринимательство. 2015. №5-1 (58). С. 380-382.
7. Морозов А.А. Социальная ответственность бизнеса в условиях новых глобальных вызовов // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 5. С. 1893-1910.
8. Годовой отчет АО «ЖАСО» 2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://жасо-страхование.рф/> (дата обращения: 21.11.2022).
9. Сорокина Е.А. Тренды корпоративной социальной ответственности бизнеса в России // Вестник челябинского государственного университета. 2019. № 9 (431). С. 182-188. DOI: 10.24411/1994-2796-2019-10920.
10. Концепция социальной ответственности [Электронный ресурс]. URL: http://www.microsoft.com/ruru/news/inside_ms.aspx (дата обращения 17.11.2022).
11. Корпоративная ответственность [Электронный ресурс]. URL: http://www.ibm.com/smarterplanet/ru/ru/business_resilience_management/overview/index.html?re=sph (дата обращения 17.11.2022).