

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИИ «ОЗНА»

Баранкова В.И.

*Студентка магистерской программы
«Корпоративное управление»,
Уфимский филиал Финуниверситета
при Правительстве РФ,
Уфа, Россия*

Аннотация. В статье в результате анализа теоретических и практических аспектов реализации социальной активности «АК ОЗНА» Республики Башкортостан, г. Октябрьский предложены меры по дальнейшему укреплению и развитию социальной ответственности бизнеса, что благоприятно повлияет на социально-экономическую внутреннюю и внешнюю среду.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, экономика, общество, общественные проблемы, развитие, защита, инвестиции.

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

Barankova V.I.

*Student of the master's program
«Corporate governance»,
Ufa branch of the Financial university
at the Government of the Russian Federation,
Ufa, Russia*

Annotation. In the article, as a result of analysis theoretical and practical aspects of the implementation of social activity "OZNA" in the Republic of Bashkortostan, Oktyabrsky city proposed measures for further strengthening and development of social responsibility of business, which will favorably affect the socio-economic internal and external environment.

Keywords: social responsibility of business, economy, society, social problems, development, protection, investments.

Во всем мире давно закрепилось такое явление как социальная ответственность бизнеса, с помощью которого ведущие мировые компании решают общественные проблемы, а также инвестируют средства в развитие образовательной, медицинской, научной, производственной сферы, а также оказывают поддержку социально незащищенным слоям населения и обеспечивают защиту окружающей среды. Так, предприятия и организации извлекают определенную выгоду, которая заключается в получении нематериальных благ, а именно - в положительной репутации.

В зарубежных странах социальная ответственность бизнеса стабильно закрепились как социальный институт. Что касается Российской Федерации

(РФ), то социальная ответственность бизнеса на ее территории находится в стадии развития и ее можно определить с точки зрения антикризисной реакции на возникновение необходимости решения социальной проблематики [1].

Необходимо обратить внимание на то, что социальная ответственность бизнеса несет в себе многоуровневый характер. Таким образом, имеется базовый уровень социальной ответственности, представляющий собой обязательный для всех организаций, т.к. закрепляется путем принятия законодательства, а также более высокий и наивысший уровень, имеющий добровольную основу.

Базовый уровень социальной ответственности имеет своей целью выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, предоставление новых рабочих мест, обеспечение сотрудников компании надлежащими условиями труда и жизни. Данный уровень социальной ответственности получил название «корпоративной ответственности».

Более высокий уровень социальной ответственности бизнеса предполагает собой организацию благотворительной, спонсорской деятельности, а также участие в программах государства, направленных на решение социальных задач.

В зависимости от отношения к внутренней среде бизнеса социальная ответственность может быть внутренней (безопасность условий труда, стабильность заработной платы, медицинское и социальное страхование, инвестирование в развитие человеческого капитала, оказание содействия сотрудникам, оказавшимся в трудных жизненных ситуациях и другие) и внешней (спонсорство и корпоративная благотворительность, содействие защите окружающей среды, взаимодействие с общественностью и местными властными структурами, готовность принимать участие в решении кризисных ситуаций, нести ответственность перед потребителями товаров и услуг и другие) [2].

Рассматривая очевидную пользу развития социальной ответственности бизнеса для экономики, общества и государства, можно сделать вывод о необходимости развития социальной ответственности бизнеса, однако, следует обратить внимание на преимущества осуществления данной деятельности для самих организаций.

М. Мескон рассматривает определенные преимущества данного направления деятельности: создание благоприятных долгосрочных перспектив для предпринимателей, решение социальных проблем организациями становится ожидаемым и необходимым, повышается трудовая производительность, усиливается сплочение сотрудников, повышается уровень лояльности к руководящему составу, формируются партнерские отношения с органами государственной и муниципальной власти [3].

Вместе с тем М. Мескон обращает внимание на то, что имеются и аргументы против социальной ответственности: нарушение принципа максимизации прибыли; появление тенденции повышения цен, в силу того, что

расходы на социальную вовлеченность, в конечном счете, представляют собой издержки, которые в дальнейшем переносятся на потребителей.

Следует отметить, что в России становление социальной ответственности бизнеса сталкивалось с определенными трудностями, заключающимися в наличии противоречивых и сложных условий. В самом начале Россию преследовала тяжесть наследия коммунистического прошлого, масштабность и трудность реформирования, а также крупные ошибки и первичные структурные кризисные явления, охватившие все сегменты общества в нашей стране. Далее Россия пыталась преодолеть данные кризисные явления, сгладить его последствия, достичь национального согласия, установить партнерские отношения между разнообразными структурами общества. В условиях введения в отношении РФ экономических санкций, вновь возникают вопросы о способах развития бизнеса, о социальной сфере общества, о власти.

На сегодняшний момент, социальное партнерство на территории нашей страны предполагает собой взаимодействие групп интересов при том, что государство в данном процессе выполняет роль координатора.

Необходимо обратить внимание на то, что в современных условиях непрерывно расширяется группа предприятий, которые можно назвать «социально ответственный бизнес». Исходя из этого, видится целесообразным привести пример успешного в данном плане отечественного предприятия – АО «АК ОЗНА» Республики Башкортостан, г. Октябрьский («ОЗНА»).

Компания «ОЗНА» – современный российский холдинг, специализирующийся на инжиниринге и производстве объектов наземной инфраструктуры нефтяных и газовых месторождений. Несмотря на современные внешние вызовы, компания «ОЗНА» показывает устойчивый рост среднегодового темпа роста выручки. К тому же, на предприятии трудятся более 1750 чел., что позволяет сделать вывод о высоком уровне базовой социальной ответственности.

Вместе с тем, «ОЗНА» ведет активную социальную политику, основанную на лучших традициях российского меценатства, как на внешнем, так и на внутреннем уровне. В области внешней социальной ответственности предприятие осуществляет следующее:

- «ОЗНА», работая в тесном контакте с городской администрацией над реализацией программы «Социально-экономическое развитие города Октябрьского», оказывает значительную материальную поддержку социальным городским проектам, направленным на решение задач, которые связаны с развитием общественной среды, благоприятной для существования науки, образования, культуры и спорта.

Лишь в 2015 г. на благотворительность различного уровня было потрачено более 3,1 млн. руб., в 2016 г. более 3,4 млн. руб. За 9 месяцев 2017 г. 4,5 млн. руб. «ОЗНА» стала одним из активных участников программы «Октябрьский – город добрых людей». На новые памятники «Труженикам тыла» и «Трудовой доблести первооткрывателям девонской нефти», открытые в 2016 и 2017 гг., компания перечислила 2,5 млн. руб.

- «ОЗНА» выступила спонсором покупки широкоформатного табло на вновь открытой биатлонной трассе, сумма покупки составила 1,6 млн. руб.

«ОЗНА» многократно награждалась дипломами за вклад в развитие экономики, промышленности и социальной сферы.

В области внутренней социальной ответственности компания осуществляет эффективные виды деятельности, такие как:

- обеспечение безопасности труда и стабильной заработной платой;
- медицинское и социальное страхование сотрудников;
- развитие человеческого капитала посредством обучающих программ, тренингов и семинаров;
- помощь в трудных жизненных ситуациях.

Предприятие является призером регионального этапа «Российская организация высокой социальной эффективности» в номинации «Развитие кадрового потенциала в организациях производственной сферы» [4].

Все это позволяет констатировать факт того, что предприятие осуществляет эффективную социальную политику на внешнем уровне, в связи с чем, можно сделать вывод, что данное обстоятельство оказывает благоприятное воздействие на процесс активного становления и развития социального института в России.

Информационную открытость социальной активности «ОЗНА» призвана осуществлять публикация нефинансовой отчетности, что помимо главной цели содействия развитию социума будет способствовать улучшению корпоративного имиджа и бренда [5].

В целях дальнейшего развития корпоративной социальной ответственности бизнеса и благоприятного воздействия на социально-экономическую внешнюю и внутреннюю сферу компании «ОЗНА», по нашему мнению, необходимо принять комплекс следующих мер:

- максимальное выполнение добровольных социальных обязательств;
- оказание содействия органам государственной власти в процессе совершенствования нормативно-правовой сферы, которая регулирует социальную ответственность бизнеса;
- расширение перечня основных заинтересованных сторон (государство, собственники, сотрудники), вовлекая в процесс социальной ответственности такие элементы, как средства массовой информации, предпринимательские, потребительские объединения, общества по защите экологии и т.д.

Все это, по мнению автора, позволит вывести компанию «ОЗНА» на новый этап развития корпоративной социальной ответственности бизнеса.

На сегодняшний момент на территории нашей страны существуют уязвимые моменты развития социальной ответственности бизнеса, которыми продолжают оставаться:

- отсутствие очевидности выгоды от социальной деятельности для бизнеса;
- высоко оценивается социальное влияние бизнеса лишь самими предпринимателями и гораздо ниже – членами общества.

Таким образом, можно сделать вывод, что в сфере социальной ответственности бизнеса существует еще множество проблем, решение которых зависит и от предприятий, и от государства, и от самого общества.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что социальная ответственность бизнеса представляет собой важное для социальной и экономической сферы России явление, которое необходимо развивать. Необходимо достичь такого уровня развития социального партнерства, при котором социальная ответственность бизнеса будет являться неотъемлемым компонентом экономико-политических отношений.

Библиографический список:

- 1 Сабирова З.Э. Стимулирование развития социального предпринимательства в регионе // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). – Уфа, 2016.- № 1 (30). - С. 70 – 74.
2. Брусенцова Л.С. Стейкхолдерский менеджмент в социальной ответственности бизнеса // Актуальные вопросы социально-экономического и инновационного развития современного общества: Сбор. науч. трудов. Выпуск XVI: - Уфа: Аэтерна, 2014. – с.56-58
- 3 Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1994. – с.704
- 4 Официальный сайт компании «ОЗНА» [Электронный ресурс].- URL: <http://ozna.ru/> (дата обращения 10.02.2018).
5. Брусенцова Л.С., Гагина М.В., Хакимова И.И. К вопросу о состоянии и развитии нефинансовой отчетности в РФ // Евразийский юридический журнал. – 2017. - №12. – с.365-367.