

УДК 658.5

Ж.Б. Мукашева

Международная Академия Бизнеса, PhD докторант, Казахстан, г. Алматы
e-mail: Zhanm@mail.ru

Благотворительная Деятельность как высший уровень социальной ответственности бизнеса

В статье рассматриваются вопросы благотворительной деятельности. Для переходного периода характерна напряженная социальная ситуация. Это может отразиться на стабильности государства в целом. В связи с этим обществу нужны социально ответственные организации и предприятия. Их социальная работа важна не только для персонала, но и для всего общества в целом. Высший уровень социальной ответственности бизнеса – это благотворительная деятельность. В свою очередь, благотворительность способствует формированию не только ответственного поколения, но и социально ответственного государства.

Благотворительность необходимо рассматривать и как самоорганизующуюся социальную систему, которая позволяет сообществу избежать острых социальных потрясений.

Ключевые слова: благотворительность, самоорганизующаяся социальная система, социальная ответственность бизнеса, уровни социальной ответственности бизнеса, внутренняя и внешняя социальная ответственность, социально-ответственная компания.

Ж.Б. Мукашева

Қайырымдылық қызмет бизнесінің әлеуметтік жауапкершілігінің жоғары деңгейі

Бұл мақалада қайырымдылық қызметтің мәселелері қарастырылады. Ауыспалы кезең үшін шиеленісті әлеуметтік жағдай тән. Бұл жалпы мемлекеттің тұрақтылығына да әсер етуі мүмкін. Осыған байланысты қоғамға әлеуметтік жауапты ұйымдар мен кәсіпорындар қажет. Олардың әлеуметтік жұмысы тек персоналға ғана емес, сонымен қатар жалпы қоғамға да аса маңызды. Бизнесінің әлеуметтік жауапкершілігінің жоғарғы деңгейі – бұл қайырымдылық қызмет. Қайырымдылық өз кезегінде жауапты ұрпақтың ғана емес, әлеуметтік жауапты мемлекеттің қалыптасуына ықпалын тигізеді.

Қайырымдылықты өз-өзін ұйымдастыра алатын әлеуметтік жүйе ретінде де қарастыру қажет, ол қоғамды шиеленіскен әлеуметтік жағдайлардан сақтайды.

Түйін сөздер: қайырымдылық, өзін-өзі ұйымдастыратын әлеуметтік жүйе, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің деңгейі, сыртқы және ішкі әлеуметтік жауапкершілік, әлеуметтік жауапты компания.

Zh.B. Mukasheva

Charity Activity as the highest level of Social Business Responsibility

The article considers the charity. The transition period is characterized by intense social situation. This can affect the state's stability as a whole. In connection with this the society needs socially responsible organizations and businesses. Their social work is important not only for staff but also for society as a whole. The highest level of social responsibility of business is charitable activity. In turn, the charity contributes not only responsible generation but also a socially responsible state.

Charity must be regarded as a self-organizing social system that allows the community to avoid acute social upheaval.

Key words: charity, self-organizing social system, social responsibility of business, levels of social responsibility of business, internal and external social responsibility, socially responsible company.

За рутиной в веренице дней часто ли мы вспоминаем такие категории и понятия, отличающие нас от животного мира и свойственные только людям, как «сострадание», «сочувствие»,

«доброта», «участие в чужой беде», «отзывчивость»? Эволюция развития привела человека к уровню «Homo sapiens», «Человек разумный». Но не менее важно для человека наличие чув-

ства любви к ближнему. Одна из важнейших заповедей христианства гласит: «Люби ближнего своего как самого себя». Самые благородные и уважаемые в мире люди утверждали, что счастье человека заключено в том, чтобы сделать счастливыми как можно больше других людей, что давать приятнее, чем брать. Так что принцип «рука дающего да не оскудеет» есть высшее моральное правило, норма поведения.

К сожалению, в социалистические времена всеобщего атеизма в нашем обществе в течение многих лет отрицались религиозные ценности. Роль нравственной обители играло только государство. Государство само решало, кому оказывать помощь и в каком размере. Люди стали привыкать к патернализму со стороны государства. Патернализм стал подменять такое понятие, как благотворительность. Зачем думать о людях, если государство об этом подумает? В итоге в обществе возникло стойкое убеждение, что забота о других людях – дело государства, а каждый должен заботиться только о себе, своей семье, близких и родных. Однако это не означает, что доброта, взаимопомощь были вообще изъяты из обихода. Сердобольные люди всегда были и оставались в любом обществе, милосердие проявлялось во многих жизненных ситуациях. Но наблюдалось оно от случая к случаю и никоим образом не было государственно почитаемым образом и стилем поведения. Такова была социальная нравственность.

Следует понимать, что «никакое государство не в силах само, с помощью законов, выделения средств, оказания государственных форм социальной помощи справиться с проблемами социальной экономики» [1, с. 618]. Всегда за чертой, границей официальной, узаконенной, обязательной государственной помощи будут находиться тысячи людей, которым способен эффективно помочь только ближний, непосредственно видящий чужую беду, проявляющий сострадание к бедствующим, нуждающимся, способный глубже всего понять, что же им нужно.

Поэтому социальная благотворительность, проявляющаяся в том, что одни люди бескорыстно, по внутреннему душевному позыву помогают другим, чем могут: деньгами, вещами, услугами, советами, заботой, лечением, утешением, – самый яркий признак благородства, вести человека.

Отсюда вовсе не следует, что надо обязательно помогать вся и всем, подавать, образно говоря, каждому, кто протягивает руку. Это даже при желании просто невозможно. Каков же критерий разумных действий в этом отношении? Обращаться в подобных ситуациях надо не только к разуму, но и к сердцу. Зов души, совесть, внутреннее убеждение подскажут вам, когда нельзя пройти мимо, а следует проявить сочувствие, оказать помощь, если ваша душа не очерствела.

Полезными могут оказаться и советы людей, стремление следовать примеру других, но надо твердо усвоить мысль, согласно которой добро лишь в минимальной степени творится по повелению, указанию извне, оно должно проистекать из собственной воли, желания, внутреннего позыва. Отсутствие последних лишь подчеркивает, что данная личность лишена элементарных человеческих достоинств.

Что есть благотворительность? Благотворительность в узком смысле – это оказание частными лицами или организациями безвозмездной помощи нуждающимся людям или социальным группам (слоям) населения; в широком смысле – это безвозмездная деятельность по созданию и передаче финансовых, материальных и духовных ценностей (благ) для удовлетворения насущных потребностей человека, социальной группы, слоя, общества, попавших в трудную жизненную ситуацию [2, с. 20].

Почему для казахстанского общества с довольно стремительно развивающейся экономикой вопросы, связанные с благотворительной деятельностью, столь актуальны? Во-первых, это связано с тем, что обычно в переходный период вследствие перераспределения материальных ресурсов может возникнуть напряженная социальная ситуация, которая отразится на стабильности государства в целом и даже повлечь на его суверенитет. Во-вторых, благотворительность со стороны организаций и простых людей, происходящая от сердца, способствует формированию не только ответственного поколения, но и социально ответственного государства.

На самом деле, благотворительность – это самоорганизующаяся социальная система перераспределения материальных ресурсов, позволяющая сообществу избежать острых социальных потрясений [3]. Стабильность социальной системы все в большей мере определяет жизнеспособность общества и государства. Не секрет,

что иные социальные инструменты и институты в условиях нарастающего дефицита ресурсов стремительно утрачивают свою эффективность.

В целях изучения благотворительности в Казахстане и уровня готовности граждан и бизнес-компаний РК к участию в благотворительной деятельности, Ассоциация Благотворительных Организаций и Центр Изучения Общественного Мнения провели социологический опрос в рамках совместного партнерского проекта, реализованного при спонсорской поддержке Фонда Первого Президента Республики Казахстан – Лидера Нации [4]. В 16 регионах Казахстана методом личного стандартизированного интервью было опрошено 1200 респондентов среди населения в возрасте от 18 лет до 60 лет. В большинстве, респонденты понимают под благотворительностью помощь нуждающимся (50,8%), 18,9% считают, что благотворительность выражается в помощи инвалидам и малоимущим, 8,7% считают, что это безвозмездная помощь всем людям, 6,3% считают, что благотворительность – это давать людям благо, делиться с ним с людьми. Лишь 1,2% респондентов не смогли объяснить, как они понимают благотворительность.

По мнению большинства опрошенных респондентов (62,6%), понятия социальной ответственности бизнеса и благотворительности не совпадают. Не разделяют эти понятия 23,3% респондентов, 14,1% респондентов даже затруднились ответить на данный вопрос [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что в казахстанском обществе нет общего понимания, что такое благотворительность, социальная ответственность бизнеса. Кстати, появление закона о благотворительной деятельности могло бы улучшить понимание целей и задач благотворительной деятельности. Что касается понятия «социальная ответственность бизнеса», то население должно знать лучшие примеры социальной ответственности.

Термин социальная ответственность бизнеса (СОБ) вошел в употребление на постсоветском пространстве около 10-ти лет назад. В связи с этим некоторые исследователи считают, что «... далеко не все участники рынка до конца освоили принципы реализации социально ответственных инициатив, но еще хуже дело обстоит в сфере их использования в коммуникационной политике предприятий и организаций» [5].

Положительным моментом является то, что дисциплина «Социальная ответственность бизнеса» внедрена в учебные планы Международной Академии Бизнеса.

Социальная ответственность бизнеса, по мнению некоторых авторов [6], носит многоуровневый характер, который представлен в виде иерархической пирамиды на рисунке 1:

Базовый уровень социальной ответственности бизнеса предполагает выполнение следующих обязательств: своевременная оплата налогов, выплата заработной платы, по возможности – предоставление новых рабочих мест (расширение рабочего штата).

Второй уровень социальной ответственности бизнеса предполагает обеспечение работников адекватными условиями не только работы, но и жизни: повышение уровня квалификации работников, профилактическое лечение, строительство жилья, развитие социальной сферы. Такой тип социальной ответственности бизнеса был условно назван «корпоративной ответственностью».

Третий, высший уровень социальной ответственности бизнеса предполагает благотворительную деятельность.

Социальная ответственность бизнеса может быть разграничена деятельностью как внутри компании, так и внешней деятельностью, т.е. различают внутреннюю социальную ответственность и внешнюю социальную ответственность. На рисунке 2 приведены составляющие внутренней социальной ответственности:

К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести: безопасность труда, стабильность заработной платы, поддержание социально значимой заработной платы, дополнительное медицинское и социальное страхование сотрудников, развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации, оказание помощи работникам в критических ситуациях.

На рисунке 3 приводятся составляющие внешней социальной ответственности:

К внешней социальной ответственности бизнеса относят спонсорство и корпоративную благотворительность, охрану окружающей среды, взаимодействие с местным сообществом и местной властью, готовность участвовать в кризисных ситуациях, ответственность перед потреби-

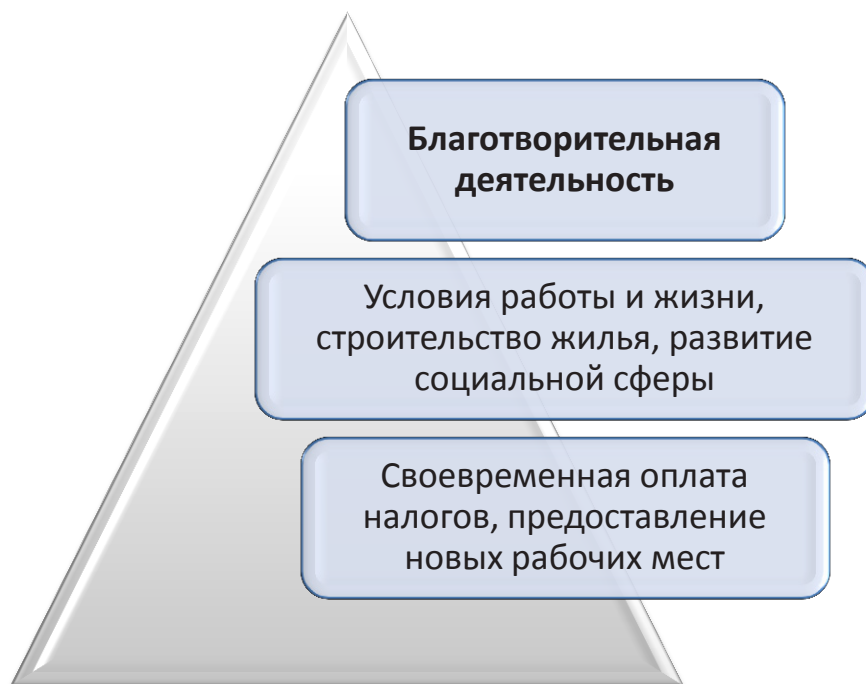


Рисунок 1 - Уровни социальной ответственности бизнеса



Рисунок 2 - Внутренняя социальная ответственность



Рисунок 3 - Внешняя социальная ответственность

телями в производстве товаров и услуг (выпуск качественных товаров).

Каковы же истинные причины реализации социальной ответственности бизнеса? Например, когда компания развивает персонал, то это позволяет не только избежать текучести кадров, но и привлечь лучших специалистов на рынке. Реализация социальных программ также приводит к росту производительности труда в компании, улучшению имиджа компании, росту репутации. А реклама товаров и услуг, освещение деятельности компании в СМИ приводит к стабильности и устойчивости развития компании в долгосрочной перспективе. Следующий важный мотив реализации СОБ – это возможность привлечения инвестиционного капитала, сохранение социальной стабильности в обществе в целом, а также получение налоговых льгот.

Социальная ответственность бизнеса компаний реализуется через следующие инструменты:

- благотворительные пожертвования и спонсорская помощь;
- корпоративное спонсорство;
- корпоративный фонд;
- денежные гранты;
- социальные инвестиции;
- социальный маркетинг.

Современные национальные компании Республики Казахстан, будучи локомотивом развития экономики и социально ответственными, занимаются решением социальных вопросов как внутри компании, так и вне. Обычно социальные проекты реализуются в соответствии с Кодексом корпоративной социальной ответственности. Ежегодно компаниями оказывается как спонсорская, так и благотворительная помощь. Оказывается материальная помощь ветеранам Великой Отечественной войны и приравненным к ним лицам через специализированные ветеранские организации. Адресную помощь от компаний получают детские дома и интернаты, специализированные фонды социальной поддержки, инвалиды, пенсионеры и малоимущие граждане.

Также многие казахстанские компании спонсируют образовательные, издательские и телевизионные проекты, конкурсы, поддерживают талантливую молодежь, содействуют развитию государственного языка и продвижению культурного наследия.

Положительным примером отечественной социальной ответственности бизнеса является Национальная компания АО НК «КазМунайГаз», которая является ведущим, системообразующим предприятием казахстанской нефтегазовой индустрии. Данная компания сумела занять определенную нишу на мировых рынках энергоносителей, закрепляя свою репутацию ответственного партнера, достойно представляя Республику Казахстан и отстаивая её интересы.

Например, АО НК «КазМунайГаз» за 3 года в рамках реализации собственной Программы строительства многофункциональных универсальных спортивных площадок по всему Казахстану возвело 50 таких объектов.

При этом АО НК «КазМунайГаз» – это социально-ответственная компания, которая вносит значительный вклад в развитие общества. В АО НК «КазМунайГаз» разработан и реализуется ряд социальных программ, направленных на материальное стимулирование труда, закрепление и профессиональный рост молодых специалистов, заботу о ветеранах и инвалидах, а также поддержку других сегментов социальной сферы регионов, не связанных напрямую с производственной деятельностью.

Например, в официальных документах АО НК «КазМунайГаз» прописано, что данная компания «впредь продолжит укреплять свои позиции, опираясь в решении своих задач на добрые традиции первых казахстанских нефтепромышленников, сохраняя динамизм и стремление обеспечить максимальные выгоды для всего казахстанского народа...» [7].

Компания видит роль социальной ответственности, как добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки, определенные законом минимума в соответствии с социальной политикой компании.

Социальный аспект для компании приобретает все большее значение и как показатель деловой репутации, и как инструмент, который позволяет:

- устанавливать эффективные и сбалансированные отношения со всеми сторонами – государством, акционерами, персоналом, потребителями и партнерами;

– обеспечивать поступательное развитие бизнеса, посредством всестороннего развития общества (повышение культуры производства, уровня образования и здравоохранения, созданием возможностей развития новых услуг и освоения выпуска новой продукции, улучшение качества жизни) [7].

Однако навязывание бизнес-сообществу социальной ответственности недопустимо. Го-

сударство должно своим примером, а также прозрачностью своих действий должно заинтересовывать представителей бизнеса вкладывать деньги в социальные проекты и заниматься благотворительностью. Компании ни в коей мере не должны преследоваться в том случае, если они не занимаются благотворительной деятельностью. Только общество может оценить социально ответственные действия той или иной компании.

Литература

- 1 Курс экономики: учебник. – 2-е изд. / под ред. Б.А. Райзберга. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 716 с.
- 2 Краткий словарь по социологии/ авт.-сост. П.Д. Павленок. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 272 с.
- 3 Мукашева Ж. Актуальные проблемы развития благотворительной деятельности в Республике Казахстан/Сборник статей Международной конференции «Предпринимательство и бизнес-образование в развивающемся мире». – Алматы, МАБ – С. 368.
- 4 Шабденова А., Калиев А. Состояние благотворительности в республике/Мысль. - № 08. - 2012.
- 5 Булавкина Л.В. Социальная ответственность-инструмент бизнеса или инструмент/Маркетинговые коммуникации. - №06 (42). - 2007.
- 6 Бляхман Л.С. Экономика фирмы. - СПб., 2000.
- 7 http://kmg.kz/ecology/corporate_social_responsibility/

References

- 1 Kurs ekonomiki: Uchebnik. – 2-e izd./pod red. B.A. Raizberga - M.: INFRA-M, 1999. – 716 s.
- 2 Kratkiy slovar po sociologii/Avt. – sost. P.D. Pavlenok.– M.: INFRA -M, 2001. – 272 s.
- 3 Mukasheva J. Aktualnie problem razvtiya blagotvoritelnoi deaytelnosti v Respublike Kazakhstan/Sbornik Mejdunarodnoi konferensii “Peredprinimatelstvo i biznes – obrazovanie v razvivaushemsay mire”, Almaty, MAB – s. 368.
- 4 Shabdenova A., Kaliev A. Sostoyanie blagotvoritelnosti v respublikе/Misl, № 08 2012.
- 5 Bulavkina L.V. Socialnay otvetstvennost – instrument biznesa ili instrument/Marketingovie kommunikatsii, №06 (42) 2007.
- 6 Blayhman L.S. Ekonomika firmi. Бляхман - SPb., 2000.
- 7 http://kmg.kz/ecology/corporate_social_responsibility/