

УДК 658.5

Ж.Б. Мукашева

Международная Академия Бизнеса, Республика Казахстан, г Алматы

E-mail: Zhanm@mail.ru

Корпоративная ответственность бизнеса как многоуровневая система

В мировой научной литературе отсутствует единое понимание концепции корпоративной социальной ответственности (КСО). В статье обосновывается актуальность концепции корпоративной социальной ответственности (КСО) для казахстанских компаний. Вопросы социальной ответственности бизнеса для устойчивого развития должны определяться на основе национальных приоритетов и особенностей, а также активного участия компаний в соответствующих международных процессах, программах и инициативах.

Современные компании сами должны определять меру участия в реализации социальных программ в зависимости от состояния своего бизнеса. С другой стороны введение международных стандартов социальной ответственности бизнеса станут залогом дальнейшей модернизации общества.

Статья выделяет следующее понятие корпоративной социальной ответственности (КСО), которая является вкладом представителей бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, на добровольной основе. Этот вклад может быть связан как с основной деятельностью компании, так и выходить за ее рамки.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, экономическая ответственность бизнеса, корпоративное управление, устойчивое развитие, теория стейкхолдеров.

Zh.B. Mukasheva

Corporate Business Responsibility as multilevel system

In the world literature there is no common understanding of the concept of corporate social responsibility (CSR). The article explains the relevance of the concept CSR for Kazakhstani companies. Issues of corporate social responsibility for sustainable development should be based on national priorities and features, as well as the active participation of companies in the relevant international processes, programs and initiatives.

Contemporary companies themselves must determine the measure of participation in social programs, depending on their state of business. On the other hand the introduction of international standards of corporate social responsibility will ensure the further modernization of society.

An article highlights the following understanding of Social Corporate Responsibility (SCR), which is the contribution of business representatives in the development of society in the social, economic and environmental spheres, on a voluntary basis. This contribution may be associated with both the company's core business, and going beyond its frames.

Keywords: corporate social responsibility, social responsibility of business, economic responsibility of business, corporate governance, sustainable development, stakeholder theory.

Ж. Б. Мукашева

Көп сатылы жүйе ретіндегі бизнестің корпоративтік жауапкершілігі

Әлемдік ғылыми әдебиетінде корпоративті әлеуметтік жауапкершілігінің концепциясы туралы бір түсінік жоқ. Мақалада Қазақстан компаниялары үшін корпоративті әлеуметтік жауапкершілігінің концепциясының өзектілігі негізделген. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі тұрақты даму үшін негізгі мәселелері ұлттық приоритеттерімен және ерекшеліктерімен негізделеді. Сонымен қатар олар халықаралық үдерістерге, бағдарламаларға және инициативаларға сәйкес компаниялардың белсенді қатысуымен анықталады.

Заманауи компаниялар бизнестерінің жағдайларына байланысты әлеуметтік бағдарламаларға қатысу шегін өздері анықтайды. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігіне халықаралық стандарттарды енгізу қоғамның әрі қарай модернизациясының кепілі болады.

Мақала келесідей бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің түсініктерін көрсетеді (БӘЖ), олар ерікті негізде, әлеуметтік, экономикалық, экологиялық аймақтарда қоғамның дамуына әсер еткен бизнес өкілдерінің үлесі болып табылады. Бұл үлес компанияның негізгі жұмысымен немесе оның сыртқы ортасымен де байланысты болуы мүмкін.

Түйін сөздер: корпоративті әлеуметтік жауапкершілік, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі, бизнестің экономикалық жауапкершілігі, тұрақты даму, корпоративтік басқару, стейкхолдер теориясы.

Корпоративная социальная ответственность уже длительное время является одной из наиболее дискутируемой тем, лежащих в поле деятельности бизнеса. В настоящее время в самом общем смысле под корпоративной социальной ответственностью (КСО) понимается философия поведения и концепция выстраивания деловым сообществом, компаниями и отдельными представителями бизнеса своей деятельности, направленной на удовлетворение ожиданий заинтересованных сторон в целях устойчивого развития [1].

Однако до сих пор выработка единого определения данного термина является сложной задачей. Даже в экономически развитых странах компании не всегда могут прийти к единому мнению в отношении понимания социальных действий бизнеса [2].

В рамках КСО наиболее распространенными понятиями считаются: корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная деятельность, корпоративная социальная восприимчивость, теория заинтересованных сторон, теория корпоративного гражданства.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, которая получила широкое распространение по всему миру. Этот термин уникален тем, что в разных регионах он интерпретируется по-разному и не всегда однозначно. В Канаде к КСО относится корпоративная филантропия и социальный маркетинг. В Камбодже под этим термином понимается партнерство бизнеса с Международной организацией труда (МОТ) с целью улучшения условий труда. В Австралии корпоративная социальная ответственность распространяется на экологические проекты и правозащитные организации. В Индии корпоративная социальная ответственность представляет собой благотворительность и минимизацию последствий плохой общественной инфраструктуры, а в Китае у бизнеса в приоритете здоровье и безопасность сотрудников. [3]

В США термин «корпоративная социальная ответственность» прочно вошел в жизнь корпо-

раций и исходит из модели спонсорства [1]. Это означает, что компании зарабатывают прибыль и платят налоги на основе транспарентности, а затем «отчисляют определенную долю дохода на благотворительные цели» [4].

В Великобритании КСО рассматривается как вклад в реализацию целей устойчивого развития. Английские компании, воздействуя на экономическую, социальную и окружающую среду, стараются максимизировать положительные и минимизировать негативные последствия, ясно понимая краткосрочные и долгосрочные потребности общества [1].

Вызывает интерес один из подходов социальной ответственности, предложенный американским исследователем А. Кэрроллом. Согласно А. Кэрроллу, КСО является многоуровневой системой, состоящей из четырех составляющих: экономической, правовой, этической и филантропической ответственности корпорации [4]. Кэрролл считает, что социально ответственная корпорация должна стремиться исполнять свою корпоративную гражданскую роль. Базовая цель корпорации - это несение экономической ответственности, состоящей в предоставлении конечным потребителям качественной продукции и создании новых рабочих мест. Другими словами, корпорация, которая реализует экономическую ответственность, уже социально ответственна [4].

Правовая ответственность корпорации подразумевает ее законопослушание и соответствие ее деятельности требованиям, которые зафиксированы в правовых актах.

Этическая ответственность определяет поведение корпораций в соответствии со сложившимися социально-культурными нормами моральными ценностями, например такими как, честность, справедливость, уважение права людей, избегание нанесения социального вреда.

Филантропическая ответственность реализуется в поддержании и развитии благосостояния общества через добровольное участие в реализации социальных программ и меценатстве.

Компания сначала получает прибыль для реализации своей экономической ответственности. Затем при выплате налогов и заработной платы работникам корпорация реализует свою правовую ответственность. И только после реализации этих двух видов ответственности корпорация может заняться реализацией этической и филантропической ответственностью. «Компания должна рассматривать возможность выполнения действий по социальной ответственности

только после выполнения своей как экономической, так и правовой ответственности. Как человеку необходима еда для жизни и роста, так и компании необходима прибыль для жизни и роста. Ведь максимизация прибыли приведет к максимизации еды» [1].

Более того, Кэрролл настаивает на реализации всех видов ответственности в порядке их приоритетности:

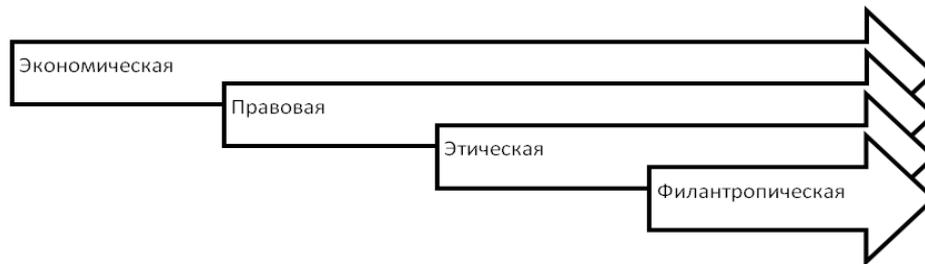


Рисунок 1 – Корпоративная ответственность в порядке их приоритетности

Теория Кэрролла представляет собой упорядоченное содержание ответственности. Ценность данного подхода заключается в конкретизации абстрактного понятия ответственности, представления ее в качестве системы, состоящей из взаимосвязанных элементов. Вместе с тем исследование А.Кэрролла не дает конкретных рекомендаций [4]. Поэтому мы рекомендуем компаниям самим определять меру участия в реализации социальных программ в зависимости от состояния своего бизнеса. По мере развития бизнеса, корпорация должна расширять сферу социальных интересов, а также определять приоритетные социальные проекты.

Теория стейкхолдеров появилась в 70-х гг. XX в. в Великобритании как реакция на усиление могущества крупных корпораций. В теории рассматривается зависимость действий корпораций от интересов широкого множества заинтересованных сторон. Активизация большого числа стейкхолдеров улучшает корпоративное управление и повышает социальную ответственность компании. Необходимо признать, что реализация корпоративного управления, несомненно, приводит к повышению ответственности в рамках КСО. Требования стейкхолдеров в области КСО могут включать «множество вещей: от использования более экологически чистых материалов в продукции до удовлетворения интересов конкретных некоммерческих организаций» [1].

Социальная ответственность бизнеса носит многоуровневый характер [5]:

1. Базовый уровень предполагает выполнение обязательств, связанных со своевременной оплатой налогов, выплатой заработной платы, предоставлением новых рабочих мест.
2. Второй уровень социальной ответственности бизнеса предполагает развитие социальной сферы корпорации.
3. Третий уровень ответственности предполагает благотворительную деятельность.

Первым тему социальной ответственности бизнеса в Казахстане поднял Президент Казахстана в своем февральском Послании народу 2005 года и в выступлении на II Конгрессе предпринимателей республики [6].

В рамках Стратегии Казахстана войти в число 50 наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся стран мира, Президент Нурсултан Назарбаев подчеркнул необходимость введения международных стандартов социальной ответственности бизнеса как один из приоритетов для дальнейшей модернизации общества. «Необходимо развивать и совершенствовать коллективно-договорные механизмы. Это касается заработной платы, охраны и безопасности труда, в том числе и экологической безопасности людей, профессиональной подготовки и повышения квалификации специалистов. Бизнес должен принимать участие в

строительстве социальных объектов и развитии регионов» - сказал Глава государства [6]. Фактически речь идет о социальном партнерстве, которое предполагает конструктивное взаимодействие организаций трех общественных секторов (государство, бизнес и некоммерческий сектор), направленное на решение социальных проблем.

Идеология социального партнерства основывается на том, что бизнес, власть и общественные организации, представляющие интересы местного сообщества и наемных работников должны взаимодействовать и строить свои отношения, исходя из необходимости обеспечения:

- а) социальной стабильности и порядка в обществе;
- б) устойчивого и динамичного развития экономики;
- в) правовой защиты основных прав и свобод личности;
- д) условий гармоничного развития человека [7].

Отечественным примером социального партнера, работающего на основе 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 [8].

Вопросы социальной ответственности бизнеса для устойчивого развития определяются и реализуются Республикой Казахстан на основе национальных приоритетов и особенностей, а также активного участия в соответствующих международных процессах, программах и инициативах, включая Глобальный договор ООН [5].

Осознание казахстанскими компаниями важности хорошей репутации, несения ответственности не только за качество товаров, но и за последствия самого производства, ответственности не только за наемных работников, но и за людей, живущих в местных сообществах, несомненно, приведет к реализации концепции устойчивого развития. Понятие «социальная от-

ветственность бизнеса» должно выйти за рамки традиционной корпорации и браться на вооружение любыми предприятиями и организациями вне зависимости от размера, вида собственности и направления деятельности.

На сегодняшний день 19 организаций Казахстана, включая частные компании, бизнес-ассоциации и неправительственные организации, присоединились к Глобальному договору ООН. Компании, присоединяясь к Глобальному договору, демонстрируют свое позитивное отношение и лидирующую позицию в отношении социальной ответственности бизнеса [5]. С каждым годом увеличивается число компаний, сдающих корпоративный нефинансовый отчет, по которому граждане РК могут проводить мониторинг и оценку деятельности организаций по социальной ответственности бизнеса.

Для многих бизнесменов становится очевидным тот факт, что успех компании во многом «зависит от объема ее инвестиций в социальную сферу страны» [9]. С 1 января 2014 года введен в действие Государственный Стандарт Республики Казахстан «Социальная ответственность. Требования» (Social accountability international (Mod)), сокращенно СТ РК 1352-2012 (SA 8000:2008, Mod). Данный стандарт разработан в целях продвижения принципов социальной ответственности и распространения их в компаниях и организациях [9].

Таким образом, важно признать, что концепция КСО является актуальной и должна быть воспринята теми компаниями, которые нацелены на стратегический успех. Данная концепция – это залог успешного развития казахстанских компаний.

Как никогда актуальны слова Главы государства: «Корпоративная социальная ответственность в современном мире воспринимается не только как благотворительность, но и как эффективная деятельность, повышающая деловую репутацию и капитализацию компании. Это добровольный вклад бизнеса в развитие общества, социальной, экономической и экологической сфер. Это осознанные инвестиции бизнеса в будущее» [6].

Литература

- 1 Шелдон, Б., 2002, 'Корпоративная социальная ответственность: Не побочная деятельность, а составная часть бизнес-стратегии', Социальное партнерство, № 1, с.10-16.
- 2 Булавкина, Л.В., 2007, 'Социальная ответственность-инструмент бизнеса или инструмент', Маркетинговые коммуникации, № 6.
- 3 Налибаева, М.К., 2011, Корпоративная социальная ответственность бизнеса в Республике Казахстан, Международный экономический форум, найдено 9 марта 2014 года, <<http://be5.biz/ekonomika1/r2011/00250.htm>>.
- 4 Boddy, D., 2008, Management: An Introduction, Pearson Education, USA.
- 5 Программа развития ООН, 2013, Корпоративная социальная ответственность, Программа развития ООН, найдено 22 апреля 2014, <<http://undp.by/ru/undp/gcompact/res/>>.
- 6 Zakon.kz, 2008, Выступление Президента Н.А. Назарбаева на республиканском Форуме по вопросам социальной ответственности бизнеса (Жезказган, 24 января 2008 года), Zakon.kz, найдено 22 апреля 2014, <<http://www.zakon.kz/102524-vystuplenie-prezidenta-n.a.-nazarbaeva.html>>.
- 7 Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев, В.А., 2011, Корпоративная социальная ответственность: теория и практика, Изд. «Академия Естествознания», М.
- 8 АО НК «КазМунайГаз», Кодекс корпоративной социальной ответственности, АО НК «КазМунайГаз», найдено 18 марта 2014, <http://kmg.kz/ecology/corporate_social_responsibility/code/>.
- 9 Западно-Казахстанский филиал АО «Национальный Центр Экспертизы и Сертификации», 2014, Социальная ответственность бизнеса в Казахстане, Западно-Казахстанский филиал АО «Национальный Центр Экспертизы и Сертификации», найдено 22 апреля 2014, <<http://zkfnaceks.com>>.

References

- 1 Sheldon, B., 2002, "Korporativnaya socialnaya otvetstvennost: ne pobochnaya deyatelnost, a sostavnaya chast biznes-strategii", Socialnoe partnerstvo, № 1, s.10-16.
- 2 Bulavkina, L.V., 2007, "Socialnaya otvetstvennost-instrument biznesa ili instrument", Marketingovie kommunikacii, № 6.
- 3 Nalibaeva, M, K., 2011, Korporativnaya socialnaya otvetstvennost biznesa v Respublike Kazakhstan, Mezhdunarodniy ekonomicheskiy forum, naideno 9 marta 2014 goda, <<http://be5.biz/ekonomika1/r2011/00250.htm>>.
- 4 Boddy, D., 2008, Management: An Introduction, Pearson Education, USA.
- 5 Programma razvitiya OON, 2013, Korporativnaya socialnaya otvetstvennost, Programma razvitiya OON, naideno 22 aprelyay 2014, <<http://undp.by/ru/undp/gcompact/res/>>.
- 6 Zakon.kz, 2008, Vistuplenie Prezidenta na respublikanskom Forume po voprosam socialnoi otvetstvennosti biznesa (Zhezkazgan, 24 yanvaraya 2008 goda), Zakon.kz, naideno 22 aprelyay 2014, <<http://www.zakon.kz/102524-vystuplenie-prezidenta-n.a.-nazarbaeva.html>>.
- 7 Perekrestov D.G., Povarich I.P., Shabashev V.A., 2011, Korporativnaya socialnaya otvetstvennost: teoriya i praktika, Izd. "Akademiya Estestvoznaniya", M.
- 8 AO NK "KazMunaiGaz", Kodeks korporativnoi socialnoi otvetstvennosti, AO NK "KazMunaiGaz", naideno 18 marta 2014, <http://kmg.kz/ecology/corporate_social_responsibility/code/>.
- 9 Zapadno-Kazahstanskiy filial AO "Nacionalniy Centr Ekspertizi i Sertifikacii", 2014, Socialnaya otvetstvennost biznesa v Kazakhstane, Zapadno-kazahstanskiy filial AO "nacionalniy centr ekspertizi i Sertifikacii", naideno 22 aprelyay 2014, <<http://zkfnaceks.com>>.