

**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА  
В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

РОЗА ЖАРКЫНБАЕВА, Д.И.Н.

Университет Международного Бизнеса,  
Казахстан

**Title:** *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN KAZAKHSTAN: PROBLEMS AND PERSPECTIVES*

**JEL Classifications:** M14; UDC: I23

**Key words:** Social responsibility, social partnership, Kazakhstan.

**Abstract:** The article considers the problems of corporate social responsibility in the Republic of Kazakhstan. There are certain preconditions created for formation of corporate responsibility of businesses in the country: regulatory and legislative institutions, public-private partnership are being developed. However, involvement of the business into the social-targeted projects is not significant yet. Corporate social responsibility is only on its way to become a systemic phenomenon of the Kazakhstan's society and culture.

ISSN: 1804-0527 (online) 1804-0519 (print)

PP. 121-123

Как свидетельствует мировая практика в условиях рынка ключевую и центральную роль в вопросах защиты и обеспечения интересов работающих граждан играет социальное партнерство. В своем выступлении на республиканском Форуме по вопросам социальной ответственности бизнеса Президент страны Нурсултан Назарбаев отметил, что «формирование социальной ответственности государства и бизнеса является одним из базовых условий устойчивого развития». Следует отметить, что в современном мире ведение бизнеса неразрывно связано с его социальной ответственностью, которая заключается в соблюдении законов и норм общественной жизни, производстве качественных и безопасных товаров, соблюдении условий для честной конкуренции, недопущении дискриминации работников, создании для них необходимых условий на производстве, в полной и своевременной уплате налогов, социальных отчислений и других обязательных платежей, сохранении и создании новых рабочих мест, в обеспечении прав и защиты трудящихся, предоставлении социальных гарантий работникам, в своевременной оплате труда, трудоустройстве молодых сотрудников и, конечно, в участии в решении социальных проблем страны или определенного региона.

Доктрина социальной ответственности бизнеса предполагает участие коммерческих структур в решении социальных проблем, лежащих вне сферы их непосредственной специализации. В соответствии с данной доктриной, как отмечает Афонцев (2006), бизнес должен информировать гражданское общество о своих действиях и быть открытым для восприятия запросов с его стороны. При этом деятельность, связанная с реализацией таких запросов, не является филантропической: ее издержки включаются в стоимость продукции и оплачивается потребителем. Таким образом, речь идет о расширении спектра услуг, предоставляемых частным сектором по «приемлемой для общества» цене (Афонцев, 2006).

Как известно, простейшими формами социальной ответственности бизнеса являются благотворительность и меценатство. Во все времена, как свидетельствует мировая история, богатые и преуспевающие жертвовали средства на помощь не имущим, с целью ослабления социального напряжения, в рамках

выполнения патерналистских обязательств или для получения религиозного или общественного признания.

В настоящее время в стране сложились определенные предпосылки для формирования социальной ответственности бизнеса перед обществом: формируется нормативно-правовая база, разработаны основные механизмы государственно-частного партнерства. В государстве ведется работа по внедрению принципов Глобального договора ООН по социальной ответственности бизнеса, формированию высокой культуры корпоративного гражданства, социального партнерства и эффективной благотворительной практики, как у международных, так и у отечественных компаний, поднятия престижа и значимости социальных проектов. С этой целью Правительство Казахстана принимает на себя обязательства: стимулировать у бизнеса добровольное повышение своей ответственности и избегать применения принудительных мер по внедрению социальной ответственности бизнеса; проводить политику невмешательства государства в социальную отчетность бизнеса на основе соблюдения принципов добровольности и гибкости; разработать и внедрить меры по стимулированию программ корпоративной социальной ответственности, реализуемых компаниями (Соглашение, 2008).

Так, в 2000 году в республике был издан «Указ Президента РК об учреждении Почетного диплома за благотворительную и спонсорскую деятельность в культурной и гуманитарных сферах». Представители делового мира заявили о создании Клуба меценатов, который учредил независимую премию «Тарлан» в области науки и искусства. По сложившейся традиции лауреаты отмечаются премиями трех степеней по семи номинация: «Литература», «Музыка», «Театр», «Изобразительное искусство», «Кинематограф», «Наука и просвещение». За семь лет существования клуба, с 2000 по 2007 годы, ее учредители отметили лучших деятелей культуры, науки и просвещения нашей республики, число лауреатов уже превышает 150 человек (Правда, 2007).

В Казахстане также ведется разработка закона о благотворительной деятельности. Министерство индустрии и торговли Казахстана намерено внести на рассмотрение в Парламент проект закона о

благотворительности и меценатстве. Согласно ему планируется создание институтов эндаумента (специальных целевых фондов), которые смогут дополнительно финансировать образование, культуру и помогать социально уязвимым слоям общества. Министерство предполагает, что фонды могут работать в рамках социально-предпринимательских корпораций. В целях формирования и продвижения принципов корпоративной социальной ответственности субъектами частного предпринимательства Казахстана и стимулирования их к внедрению наилучшего опыта в этой сфере вышел Указ Президента РК о проведении с 2008 года ежегодного конкурса по социальной ответственности бизнеса «Парыз» (Указ, 2008). Причем, звания лауреатов ежегодно присуждаются в трех категориях: субъект малого предпринимательства; субъект среднего предпринимательства; субъект крупного предпринимательства.

В апреле 2009 года в Кызылординской области состоялся второй Форум по повышению социальной ответственности бизнеса. Основной задачей Форума являлось определение стратегических ориентиров развития корпоративной социальной ответственности в условиях преодоления последствий кризиса. На Форуме был подписан Меморандум о взаимном сотрудничестве по реализации соцпроектов в рамках корпоративной социальной ответственности бизнеса на сумму 150 млн. тенге и 4 договора, общая стоимость которых составляет порядка 10 миллиардов тенге (Форум, 2009).

Одним из важных направлений гражданского активизации казахстанских корпораций остается спонсорство, причем (как в США и России), упор здесь делается на инициативах и проектах в сфере образования и информатизации. Повышение уровня знаний и навыков сотрудников является одной из важных частей социальной политики компаний. Компании, заинтересованные в пополнении своих рядов талантливыми молодыми специалистами, используют систему образовательных грантов, курсы повышения квалификации, участвуют в «Ярмарках вакансий». К примеру, Аджип ККО взяла на себя обязательство оказывать социальную поддержку населению в районах своей деятельности. С этой целью компания внедряет программу крупномасштабных инвестиций или проектов инфраструктуры и социального назначения (СИП). В рамках программы СИП возводятся новые дома, строятся газо- и водопроводы, выполняются работы по капитальному ремонту объектов. Программа СИП реализуется с 1998 года. Основными направлениями программы являются здравоохранение, образование и объекты местной инфраструктуры. Помимо этого Аджип ККО выделяет средства на социальные проекты, направленные на повышение уровня жизни местного населения.

Представляет интерес получившая широкое распространение уже в конце 1990-х годов концепция «корпоративного гражданства», как своего рода версия социальной ответственности бизнеса. Однако это не совсем верно, как отметил Перегудов (2006), корпоративное гражданство строится не только на благотворительности или помощи тем, кто в этом нуждается, сколько на развитии конструктивных отношений с так называемыми стейкхолдерами (stakeholders), т. е. с гражданами, сообществами и организациями, в той или иной мере причастными к

деятельности корпораций. Среди корпораций, ориентирующихся на корпоративное гражданство, особого упоминания заслуживает «British Petroleum» (BP). Считая свой бизнес «сочлененным», т. е. вовлеченным «в четыре сферы отношений - с персоналом, акционерами, общественностью и правительствами», эта корпорация ставит во главу угла отношения со своими служащими. «Для нас это не просто работники. Это граждане - подчеркивает президент BP Дж. Браун.-...Компании хороши лишь постольку, поскольку хороши люди в ней работающие» (Перегудов, 2006, стр.141).

Хотя это напоминает в определенной степени пиар-акцию, тем не менее, можно проследить осознание важности ценности человеческого капитала и ее носителей. В деятельности казахстанских компаний также наблюдается постепенный сдвиг в сфере трудовых отношений. Унаследованная с советских времен патерналистская система постепенно себя изживает, уступая место социальному партнерству, хотя говорить о завершении этого процесса еще рано. Можно отметить тот факт, что начинает уделяться особое внимание повышению мотивации персонала и осознание того, что процветание бизнеса напрямую зависит от благополучия сотрудников, их семей и общества в целом.

В настоящее время в мировом бизнесе существуют стандарты отчетности по социально ответственному бизнесу и социальному инвестированию. К примеру, сотрудники АО «КазТрансОйл» получают социальный пакет, включающий в себя такие пункты, как материальная помощь при вступлении в брак, рождении детей, утере членов семьи, пособия женщинам, находящимся в отпуске, по уходу за ребенком. Выделяются средства на оздоровление работников путем оплаты обслуживания в медицинских учреждениях, предоставляются возможности для занятия спортом (Правда, 2006а). Национальная компания «КазМунайГаз» осуществляет поддержку детским домам, ветеранам и инвалидам (Правда, 2006б). В 2005 году в компании Seimar Investment Group был создан социальный фонд для оказания грантовой помощи по следующим направлениям: образование, инновации, экология, здоровый образ жизни. Ежегодный грантовый фонд определен в размере 1 млн. долларов. Первая адресная помощь фонда была направлена на проект сохранения популяции сайгаков (Амирбекова, 2005). Социальную поддержку от НАК «Казатомпром», работающей в Южно-Казахстанской области получают три района. В течение двух лет уранодобывающая компания намеревается вложить в социальную инфраструктуру трех районов порядка пятисот миллионов долларов. В двух из них идет добыча урана, желание помочь третьему району исходит от руководства предприятия и продиктовано доброй волей добытчиков урана. Согласно подписанным документам, помощь в первую очередь получают объекты культуры, образования и здравоохранения (Правда, 2007).

Многие представители бизнес-сообщества постсоветских стран первоначально сетовали на то, что их бизнес еще не окреп, слаб, не достиг той степени зрелости, которая позволила бы им включиться в решение каких-либо социальных проблем. Но сегодня число тех, кто делает ставку на социально-

ответственную деятельность, неуклонно растет, ведение бизнеса по международным стандартам предполагает наличие в «словаре» менеджеров понятия корпоративная социальная ответственность.

Таким образом, мы видим, что в деятельности некоторых компаний прослеживаются положительные тенденции, изменение отношения к территории, на которой они работают. Вместе с тем, мы должны отметить тот факт, что вовлеченность бизнеса в решение социально значимых проблем еще не достаточно ощутимо. Если крупные компании изыскивают возможности для проведения эффективных социальных программ для своих сотрудников и для участия в акциях милосердия, выделяя средства на благотворительную и спонсорскую помощь, то среднему и мелкому бизнесу в этом плане гораздо сложнее.

Многие крупные компании понимают, что необходимо вносить свой вклад в стабильность страны, помогая решать проблемы общества, и для многих компаний помощь в решении острых социальных проблем переросла из экономической целесообразности в моральную потребность. Вместе с тем, мы должны отметить то, что социальная ответственность бизнеса в Республике Казахстан как социальный и культурный феномен находится только на стадии становления и благотворительная деятельность казахстанских компаний не приобрела в достаточной степени организованного и системного характера.

#### Литература

- Амирбекова, С., 2005. «Фонд социальной ответственности», журнал Эксперт, Казахстан, №6, стр. 20.
- Афонцев С. 2006. «Интересы граждан и политические механизмы регулирования мировой экономики», журнал Полис, №2, стр.156.
- Генеральное соглашение между Правительством Республики Казахстан, республиканскими объединениями работников и республиканскими объединениями работодателей на 2007-2008 годы <http://www.enbek.kz/tips/tipsdetail.php?recordID=51>
- Казахстанская правда, 2006а. «Корпоративная ответственность как бизнес-стратегия», 12 декабря.
- Казахстанская правда, 2006b. «Орден - Нацкомпании», 16 марта.
- Казахстанская правда, 2007. «Будут школы и больницы», 25 января.
- Казахстанская правда, 2007. «Новые лауреаты». 30 января.
- Перегудов С. 2006. «Гражданское общество как субъект публичной политики», журнал Полис-№2-с.141;
- Указ Президента Республики Казахстан, 2008. «О конкурсе по социальной ответственности бизнеса «Парыз», 23 января, № 523.
- Форум по повышению социальной ответственности бизнеса. 2009. [http://paryz.kz/index.php?option=com\\_content&task=view&id=60&Itemid=1](http://paryz.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=60&Itemid=1)