

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІКТІҢ БИЗНЕСТЕГІ МАҢЫЗЫ: ТЕОРИЯЛЫҚ АСПЕКТ

¹Примжанова А.А., amina.abutalipovna@mail.ru

²Шильманова А.М., э.ғ.к., a.shilmanova@bk.ru

¹Қызылорда ашық университеті, Қызылорда қ., Қазақстан Республикасы

²Қорқыт Ата атындағы Қызылорда университеті, Қазақстан Республикасы

Аңдатпа. Мақалада бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің теориялық және әдіснамалық негіздері қарастырылған. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің экономикалық, әлеуметтік, экологиялық және этикалық құрамдас бөліктері талданып, оның ұйымдардың тұрақты дамуына әсері айқындалды. Сонымен қатар ISO 26000 халықаралық стандарты мен Кэрролл моделі негізінде әлеуметтік жауапкершіліктің негізгі қағидаттары сипатталды. Қайырымдылық пен әлеуметтік инвестициялардың ерекшеліктері салыстырылып, қазіргі кезеңде әлеуметтік жауапкершіліктің стратегиялық басқару құралына айналып келе жатқаны көрсетілді. Зерттеу нәтижелері корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, қоғаммен өзара тиімді байланыс орнатуға және ұзақ мерзімді тұрақты дамуға ықпал ететінін дәлелдейді.

Түйін сөздер: корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік, әлеуметтік инвестициялар, тұрақты даму, ISO 26000, бизнес этикасы, әлеуметтік саясат.

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические и методологические основы социальной ответственности бизнеса. Проанализированы экономические, социальные, экологические и этические составляющие корпоративной социальной ответственности, а также определено её влияние на устойчивое развитие организаций. Кроме того, на основе международного стандарта ISO 26000 и модели Кэрролла описаны ключевые принципы социальной ответственности. Проведено сравнение благотворительности и социальных инвестиций, показано, что на современном этапе социальная ответственность становится стратегическим инструментом управления. Результаты исследования свидетельствуют о том, что корпоративная социальная ответственность способствует повышению конкурентоспособности компаний, формированию взаимовыгодных отношений с обществом и обеспечению долгосрочного устойчивого развития.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции, устойчивое развитие, ISO 26000, деловая этика, социальная политика.

Кіріспе. Адамның өзіне жауапкершілік алуы – бұл өзін-өзі жүзеге асыру еркіндігі. Жауапкершілікпен әрекет ету – бұл белсенділікке қабілетті болу, ситуация сын-қатерлерін қабылдау, сіздің әрекеттеріңіз сізге және басқаларға қалай жауап беретінін түсіну, бұл әрекеттің салдарын болжай білу және материалдық және идеалды (мәдени) ықтимал шығындардың алдын алуға тырысу. Бұл қабілет өзін және басқа адамдарды түсінумен байланысты: олардың қажеттіліктері мен жақсылыққа ұмтылыстары, жақсылықты сақтау және дамыту.

Әлеуметтік жауапкершіліктің ерекшелігі - бұл бастамашыл сипатта болады, яғни санкциялар қаупімен емес, субъективті ерік-жігермен, жауапкершілікті қабылдаушының жанашырлығы мен ар-ұжданымен ынталандырылады.

Әлеуметтік жауапкершілік - қоғамдық және жеке мүдделердің үйлесімділігін қамтамасыз ететін және әлеуметтік игілікке қол жеткізуге бағытталған адам мінез-құлқының этикалық қағидаты [1, 86.].

Қазіргі жағдайда тиімді экономикалық және әлеуметтік жауапкершілік саясатын жүзеге асыру коммерциялық кәсіпорынның барлық дерлік негізгі әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштеріне әсер етеді, оған қосымша пайда әкеледі және қоғамға, аймаққа, елге оң әсер етеді. Экономикалық және әлеуметтік жауапкершілікті стратегиялық бағаламау бизнес пен тауарларды нарықтарға одан әрі ілгерілетуге, қолайлы инвестициялық климат құруға, жекелеген компаниялардың да, тұтастай алғанда елдің де беделінің жоғары рейтингіне сөзсіз кедергі келтіреді.

Зерттеу әдістері. Ғылыми танымның жалпы және арнайы әдістері, жүйелік, институционалдық және логикалық талдау әдістері пайдаланылды. Қайырымдылық пен әлеуметтік инвестициялардың ерекшеліктерін салыстыру кезінде салыстырмалы талдау әдісі қолданылды. Сонымен қатар ғылыми еңбектерді жинақтау, жіктеу, индукция және дедукция тәсілдері арқылы бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің негізгі бағыттары мен қағидаттары қорытындыланды.

Нәтижелер мен талқылаулар. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі бизнес құнын ұлғайту бойынша жұмысты ғана емес, сонымен қатар қоғамға қолайлы жұмыс әдістерін қолдануды білдіреді.

Әлеуметтік жауапты компаниялар компанияның ықтимал теріс әсерін азайта отырып, тұтастай алғанда қоғамды байытатын саясаттың таралуына ықпал ететін болады.

Әлеуметтік жауапкершілік төрт саланы қамтиды:

1) Экологиялық жауапкершілік, мысалы, ластану, парниктік газдар мен қарапайым қоқыстардың азаюы және суды жауапты тұтыну болып табылады.

2) Қайырымдылық жауапкершілік-бұл тиісті тәжірибені тікелей жүзеге асыратын қайырымдылық ұйымдарымен де, тиісті мәселемен айналыспайтын, бірақ қоғамдағы оң өзгерістерге ықпал ететін коммерциялық емес ұйымдармен де ынтымақтастық арқылы мұқтаждардың игілігі үшін жұмыс істеу тәжірибесі.

3) Экономикалық жауапкершілік-бұл жалпы қоғамға оң әсер етуді қамтамасыз ететін барлық қаржылық шешімдері мен ресурстарын пайдалана отырып, бизнесті жүргізу тәсілдері.

4) Этикалық жауапкершілік-бұл мүдделі тараптарға, жеткізушілерге, тапсырыс берушілерге және инвесторларға қатысты әдептілік пен әділеттілік қағидаттарын сақтай отырып, бизнесті жүргізу тәсілдері.

Әлеуметтік жауапкершілікті жүзеге асыру компанияның мүдделі тараптар арасында танымалдылығын арттырып қана қоймайды, сонымен қатар, ең бастысы, ұйымдарға тұрақты даму қағидаттарына жақсырақ жауап беретіндеймақсаттарға қол жеткізуге көмектеседі [2].

Кероллдың пирамидасына сүйене отырып, С Варттик, Ф.Кохран және Д.Вуд моральдық қағидаттарды, компанияға әсер ететін сыртқы факторларды, сондай-ақ компания менеджменті қабылдаған шешімдерді біріктіретін жаңа модель жасады (сурет 1).



Ескерту: дереккөз [3].

Сурет-1 – Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің құрамдас бөліктері

Жаһандану және өсіп келе жатқан бәсекелестік жағдайында экономикалық жауапкершілікті өз мойнына алатын компаниялар бәсекелестік артықшылықтарға ие болып, нарықтағы беделін арттыра алады.

Өз кезегінде барлық үш блок компания менеджменті бағдарланған қағидаттар, үдерістер, нәтижелер сияқты факторларға (сурет 1) бөлінеді [3].

Бизнестің экономикалық жауапкершілігі – бұл экономикалық құндылықты құру және бөлу контекстінде компаниялардың өз акционерлері(құрылтайшылары), клиенттері, жұмысшылары және жалпы қоғам алдындағы міндеттемелерін білдіретін тұжырымдама. Ол

бірнеше негізгі аспектілерді қамтиды:

1. Қаржылық тұрақтылық: компаниялар өздерінің қаржылық тұрақтылығы мен кірістілігін қамтамасыз етуі керек, бұл оларға несие берушілер, акционерлер және жұмысшылар алдындағы міндеттемелерді орындауға мүмкіндік береді.

2. Жұмыс орындарын құру: бизнес жұмыс орындарын құру және экономикалық өсуге ықпал ету арқылы экономикада маңызды рөл атқарады. Экономикалық жауапкершілік өз қызметкерлеріне лайықты еңбек жағдайлары мен әділ жалақы беру арқылы оларға қамқорлық жасауды қамтиды.

3. Адал бәсекелестік: компаниялар жосықсыз бәсекелестіктен, алаяқтықтан және басқа да заңсыз әрекеттерден аулақ бола отырып, заң мен Этика шеңберінде әрекет етуі керек.

4. Дамуға инвестициялар: экономикалық жауапкершілік сонымен қатар инновацияларға, технологияларға және дамуға инвестицияларды қамтиды, бұл компанияның ұзақ мерзімді өсуі мен бәсекеге қабілеттілігіне ықпал етеді.

5. Тұрақты даму: Бизнес болашақ ұрпаққа зиян келтірмейтін тұрақты дамуға ұмтыла отырып, өз қызметінің қоршаған ортаға және қоғамға әсерін ескеруі керек.

6. Ашықтық және есеп беру: компаниялар өздерінің қаржылық есептері мен іскерлік тәжірибелерінде ашық болуы керек, бұл инвесторлар мен клиенттердің сеніміне ықпал етеді.

Бизнестің экономикалық жауапкершілігі корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің (КӨЖ) жалпы тұжырымдамасының маңызды бөлігі болып табылады, ол сонымен қатар компаниялар қызметінің әлеуметтік және экологиялық аспектілерін қамтиды.

Еуропада корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік 21 ғасырдың басында ғана 2000 жылы наурызда Лиссабондағы Еуропалық саммитте тұрақты ұғым ретінде ресми түрде қалыптасты.

Еуропалық комиссия КӨЖ (CSR - corporate social responsibility) ретінде «акционерлермен және сыртқы ортамен өзара әрекеттесе отырып әлеуметтік және экономикалық қамқорлықты біріктіру компаниялардың іскерлік операцияларын дамыту» тұжырымдамасы деп анықтайды [4].

«Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі» түсінігінің мағынасы көп жағдайда өте субъективті түрде қабылданады, бірақ оның негізгі сипаттамаларын анықтауға болады.

Заңды жауапкершіліктен айырмашылығы, әлеуметтік жауапкершілік бизнесмендердің қоғамның мақсаттары мен құндылықтары тұрғысынан қалаған саясатты жүргізуге, шешімдер қабылдауға және қызмет бағыттарын ұстануға ерікті міндеттемесі болып табылады.

Басқаша айтқанда, бұл кәсіпкерлер, халық және мемлекет арасындағы әлеуметтік келісімшарттың бір түрі, оның мақсаты қоғамның әл-ауқатын жақсартуға үлес қосу болып табылады [4].

Әлеуметтік жауапкершіліктің ойластырылған саясаты компаниялар қызметінің барлық негізгі көрсеткіштеріне әсер етеді.

Қазіргі ғылымда «бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін» құрайтын бағыттар пысықталмаған. Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі туралы ғылыми түсінік көбінесе іс жүзінде ол туралы қарапайым идеялармен және оған қойылатын талаптармен түсіндіріліп жүр.

Алғашқы жалпы көзқарас— бизнестің қоғамның барлық әлеуметтік мәселелерін өз мойнына алуы. Шын мәнінде, бұл мемлекетті бизнеспен алмастыруды және алыс болашақта мемлекетті жоюды білдіреді.

Мемлекет ірі бизнеске қарағанда әлдеқайда үлкен өкілеттіктер мен қаржылық ресурстарға ие. Әрине, жеке құқықтың, өзін-өзі реттеудің өсу тенденциясы, мемлекеттің айрықша құқықтарын беруді көздейтін концессиялар тәжірибесі, Халықаралық коммерциялық арбитраждың рөлінің артуы туралы айтуға болады (ол мемлекеттік орган бола алмай, заңды түрде міндетті шешімдер қабылдауға құқылы), бірақ жеке құқық мемлекетсіз өмір сүре алмайды.

Бизнес әрдайым белгілі бір әлеуметтік мәселелерді өз мойнына ала алмайды.

Бизнестің әлеуметтік мәселелерді шешуді қаржыландыруға деген қызығушылығын ескермеуге болмайды. Тікелей қызығушылықтың болмауы міндеттің орындалу сапасына теріс әсер етеді: бизнес объективті түрде осы қосымша ауыр міндеттемелерді тек формальды түрде орындауға мүдделі.

Екінші көзқарас бойынша бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін тек қоғам, акционерлер (кұрылтайшылар, қатысушылар), яғни «сенімгерлік» міндеттемелер және мемлекет алдындағы міндеттемелермен анықтайды. Іс жүзінде бұл теория бизнестің рөлін жұмыс орындарын ұйымдастырумен (бірақ жаңаларын құрумен емес), өз қызметкерлеріне лайықты жалақы, жұмыс жағдайларын қамтамасыз етумен, сондай-ақ мемлекет пайдасына салықтар мен басқа да міндетті төлемдерді төлеумен шектейді.

Бұл көзқарасты қабылдау, біріншіден, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін қолданыстағы заңнамада белгіленген заңды міндеттермен араластырады және оны айқын көрсете алмайды. Екіншіден, жауапкершіліктің әлеуметтік сипаттағы ұғымы өзгереді - бұл жауапкершілік мемлекеттің емес, қоғамның пайдасы үшін белгіленеді.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің элементтері келесі 2-суретте келтірілген.



Ескерту: дереккөз [4].

Сурет-2 – Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік элементтері

Үшінші көзқарас бизнестің рөлін қайырымдылық қызметпен шектейді, яғни бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі институтының бар екенін жоққа шығарады.

Бұл аталған барлық көзқарастар бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің түрлерін біржақты тар мағынада түсіндіреді [4].

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі мағынасын кеңейтілген түрде түсіну үшін оның

анықтамасы жалпы қабылданған әлеуметтік жауапкершілік қағидаттарына негізделуі керек.

Халықаралық ISO 26000 стандартын құру бойынша жұмыс істеген сарапшылар әлеуметтік жауапкершіліктің қағидаттарын (принциптерін) әзірледі.

ISO 26000 стандарты ұйымдардың әлеуметтік жауапкершілігін іске асырудың негізгі қағидаттарын (заңдылық, ашықтық, есептілік, мүдделі тараптарды құрметтеу, адам құқықтарын сақтау, тұрақты даму және этикалық мінез-құлық) айқындайды, сондай ақ ұйымға қатысты құқықтық шектеулерді бұзбаған жөн.

Бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі қоғамдағы әлеуметтік шиеленісті төмендетуге, ресурстарды тиімді пайдалануға, әлеуметтік нәтижелерге тезірек қол жеткізуге ықпал ететін әлеуметтік саясаттың қажетті элементі болып табылады [5].

Кәсіпорынның әлеуметтік жауапты іс-әрекеті тауарлар мен қызметтерді өндіруді дамытудың, жұмыспен қамтуды қамтамасыз етудің, әлеуметтік стандарттарды сақтаудың және қоршаған ортаны қорғаудың басымдықтарымен тетіктерін таңдауда көрініс табуы керек. Әлеуметтік жауапты іс-әрекетті жүзеге асырудағы басты назар қызметтің үш бағытына (жауапкершіліктің үштік желісі деп аталады) аударылады [4], атап айтқанда:

- экономикалық қызмет (тұрақты өсу және сапалы өнім өндіру);
- экологиялық қызмет (табиғи орта ресурстарын қорғау және жаңғырту);
- әлеуметтік қызмет (белсенді әлеуметтік саясат).

Қайырымдылық пен әлеуметтік инвестициялар арасындағы негізгі айырмашылықтар келесі 1-кестеде келтірілген.

Кесте-1 – Қайырымдылық пен әлеуметтік инвестициялар арасындағы негізгі айырмашылықтар

Қайырымдылық	Әлеуметтік инвестициялар
Эмоционалды	Рационалды
Бизнес мүддесімен байланысты емес	Бизнес-мақсатта жасалады
«Жасырын» болуы мүмкін	Қоғам үшін айқын (ашық)
Міндетті емес	Бизнестің бір бөлігі
Шешім жеке қабылданады	Бизнес мүддесі ретінде анықталады
Мүдделі тараптардың пікірі ескеріле бермейді	Барлық мүдделі тараптардың мүддесі ескеріледі
Ұзақ мерзімді мақсатқа емес, нақты нәтижеге бағытталады	Ұзақ мерзімді мақсатқа, мәселені шешуге бағытталады
Қайырымдылық аясымен шектеледі	Барлық әлеуметтік мәселелер кешенді қарастырылады
Ақшалай қаражатпен немесе материалдық қайырымдылық (садақа) ретінде болады	Әлеуметтік байланысы бар барлық қызметтер ресурстарының тұтастай жиынтығын қолданады
Ескерту – [6] әдебиет негізінде автордың құрастыруы	

Бизнестің қоғамға қатысуының соңғы тенденцияларына жүргізілген талдау дәстүрлі «бейберекет» қайырымдылықтан әлеуметтік инвестициялауға көшуді көрсетеді. Кестеде қайырымдылық пен әлеуметтік инвестициялар арасындағы негізгі айырмашылықтар көрсетілген [6, 516.].

Қазіргі уақытта, бұрын айтылғандай, әлеуметтік жауапты инвестициялаудың үш негізгі бағыты бар – әлеуметтік (адам құқықтарын сақтау, балалар еңбегін пайдалануға тыйым салу, корпоративтік басқару, халықтың қауіпсіздігі және т. б.); этикалық (темекі, алкоголь, қару-жарақ, құмар ойындарын өндіру, сату және тарату бойынша компаниялармен жұмыс істеуден бас тарту және т.б.) және экологиялық (жаңартылатын энергия көздерін сақтау, табиғи ресурстарды қорғау және сақтау, қоршаған ортаның қауіпсіздігі, климаттың

өзгеруі және т. б.). Олар компанияға қатысты ішкі және сыртқы бағыттарды ескереді.

Бүкіл бизнес қоғам алдындағы жауапкершілік сезімімен құрылуы керек, қоғам үшін пайдалы болуы керек, белгілі бір әлеуметтік функцияларды орындауы керек, ұлттық және аймақтық экономиканың тұрақты дамуын қамтамасыз етуі керек. Басқа жағдайда оның өмір сүруге құқығы жоқ. Сонымен қатар, компанияның миссиясы тек пайда табуды ғана емес, сонымен қатар бизнестің қоғамдық рөлі мен маңыздылығын көрсетеді.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің ішкі және сыртқы түрлері:

Ішкі КӘЖ-ке кадрларды дайындау, еңбекке ақы төлеу, оқыту, әлеуметтік қатерден сақтандыру жатады.

Сыртқы КӘЖ-ке нақты әлеуметтік топтарды қолдау, әлеуметтік әріптестік, әлеуметтік жеке даму бағдарламаларын жүзеге асыру жатады [7, 29 б.].

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті зерттей отырып, ондағы қағидаттарға (кесте 2) назар аудару қажет.

Кесте-2 – Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қағидаттары

Қағидаттың атауы	Мазмұны
Ашықтық	- айқындық (әлеуметтік саясатты, әлеуметтік бағдарламалар мен жобаларды іске асырудың ашық қағидаты; оларды жүзеге асыру тетіктері нақты және түсінікті болуға тиіс); - жариялылық (құпия ақпараттан басқа кез-келген ақпарат бүкіл жұртшылық үшін ашық болуы керек); - дәлдік (корпоративтік әлеуметтік қызмет туралы деректерді жасыру немесе бұрмалау мүмкін емес); - диалог (әлеуметтік қызмет барлық стейкхолдерлермен диалог жүргізуге негізделген және әлеуметтік бағыттағы бағдарламалардың адресаттарымен міндетті түрде кері байланыстың болуын болжайды)
Жүйелілік	- бағыт (әлеуметтік сипаттағы бағдарламаларды жүзеге асырудың негізгі курстарының болуы); - уақыт бірлігі (осы және өткен қызмет үшін, сондай-ақ ұйымның (кәсіпорынның) сыртқы ортаға кейінгі жұмысы үшін міндеттеме); - кеңістіктегі бірлік (ұйымның (кәсіпорынның) әрбір филиалы немесе департаменті үшін корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің жан-жақты қағидаттары); - тұрақтылық (корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің бекітілген стратегиялық бағыттары шеңберіндегі жоспарлы бағдарламалар мен жобалардың басымдығы және біржолғы және тұрақты емес акциялардан бас тарту); - тұтастық (барлық бизнес-процестердегі, соның ішінде басқарудың кез келген деңгейінде басқарушылық шешімдер қабылдау процестеріндегі корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қағидаттары)
Маңыздылығы	- уақтылығы (корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік шеңберінде іске асырылатын бағдарламалар өзекті және сұранысқа ие болуы тиіс); - ауқымды (корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік жобалары максималды аудиторияға да әсер етуі керек және қоғамда танымал болуы керек); - жемісті (жобаны немесе бағдарламаны жүзеге асыруға жұмсалған барлық ресурстар күрделі мәселелерді шешуге байыпты көмектесіп, әлеуметтік бағдарлама мен жобаның нәтижелері үнемі бағаланып, есепке алынуы керек)
Жанжалдарды болдырмау	- саясиландырмау (саяси сипаттағы іс-шараларға қатысудан, саяси партиялар мен қайраткерлерді қолдаудан бас тарту)
Ескерту – дереккөз [7].	

Әлеуметтік жауапкершіліктің келесі деңгейі - ерікті бастамаларды (заңнамадан басқа) іске асыру арқылы әлеуметтік жауапкершілікті кеңейту. Олар әлеуметтік және экономикалық мәселелерді шешуге, өнім сапасын арттыруға, инновациялардың өсуіне, экологиялық

жағдайды жақсартуға бағытталған.

Мұндай бастамалар, әдетте, жеке сипатта болады, әсіресе бизнестің корпоративтік әлеуметтік жауапкершілігін іске асырудың бастапқы кезеңдерінде. Олар ұйымның (кәсіпорынның) стратегиялық мақсаттарына әсер етпейді. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті дамытудың бұл кезеңі әдетте функционалды деп аталады.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік (кесте 3) ұйымның барлық процестеріне әсер етіп, еніп, нәтижесінде бизнес философиясына айналып, ұйымның стратегиялық мақсаттарына органикалық түрде сәйкес келген жағдайда, дамудың үшінші кезеңі – стратегиялық кезең басталады.

Кесте-3 – Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік және корпоративтік әлеуметтік қызмет ұғымдары

Белгісі	Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік	Корпоративтік әлеуметтік қызмет
Мәні	ұйымдар өз қызметінің қоғамдық саланың мүдделі тараптарына әсері үшін жауапкершілікті өзіне жүктей отырып, қоғамның мүдделерін ескеретін тұжырымдама. Бұл міндеттеме заңнаманы сақтау бойынша белгіленген міндеттемеден асып түседі және ұйымдар қосымша міндеттемелерді өз еркімен қабылдайды деп болжайды жұмысшылар мен олардың отбасыларының, сондай-ақ жергілікті қоғамдастықтың және жалпы қоғамның өмір сүру сапасын арттыру шаралары	қоғамның, мемлекеттің және бизнестің әлеуметтік өзара іс-қимылы саласындағы нақты іс-қимылдар мен нәтижелер
Мақсат	адами капиталды дамытуға жағдай жасау, жұмысшылар мен олардың отбасыларының, сондай-ақ жергілікті қоғамдастық пен жалпы қоғамның өмір сүру сапасын арттыру	тұрақты даму және басым бағыттардағы әлеуметтік бағдарламалар кешені, іскерлік бедел
Басымдық (акцент)	имиджді нығайтуға бағытталған және әдетте стратегиялық бағыт ретінде қабылданбайды	имиджді нығайтуға бағытталған және, әдетте, стратегиялық бағыт ретінде қабылданбайды
Шешім қабылдау саласы	этикалық құндылықтардың болуы, заңнамалық талаптардың орындалуы, адамдарды, қауымдастықтарды және қоршаған ортаны құрметтеу	қосылған экономикалық құнды құруға және мүдделі тараптардың мүдделері үшін ұлттық бәсекеге қабілеттілікті арттыруға бағытталған бизнесті тиімді жүргізу
Ескерту – дереккөз [7, 13 б.].		

Дамудың бұл кезеңі ең белсенді және жетілдірілген болып табылады, яғни ұйымды іскери ортада, іскери серіктестер, несие берушілер, жеткізушілер және т.б. арасында корпоративті әлеуметтік жауапкершілік қағидаттарын ілгерілетуге бағытталған әрекеттерді жүзеге асыруға «мәжбүрлейді». Бұл жағдайда ұйым бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі идеясын алға тартады.

Бұл ретте ол оң нәтижелерге қол жеткізгенге дейін кейінгі ұжымдық іс-қимылдар үшін орта қалыптастырады.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік субъектісі - әртүрлі рөлдерді жүзеге асыратын кәсіпорындар (ұйым). Мұндай рөлдердің ішінде: өндіруші, жеке тұлға, жұмыс беруші, инвестор, бәсекелес, инвестиция объектісі болуы мүмкін. Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің объектісі ұйымның сипаты мен нәтижесі болып табылады. Бұл жұмысшыларға, акционерлерге, серіктестерге, тұтынушыларға, жергілікті қоғамдастыққа және билік органдарына жауапты [7, 12 б.].

Ұйым корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік тұжырымдамасын іс жүзінде жүзеге асыруда әлеуметтік белсенділік танытады.

Ол әлеуметтік салада бағдарламаларды қалыптастырады және жүзеге асырады. Мұндай бағдарламалар ішкі және сыртқы бағытта болуы мүмкін.

Ұжымның әлеуметтік дамуын және ұйымның қоғамның дамуына қатысуын қамтамасыз ету арқылы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті ұйымның мүдделерін іске асыру ретінде тұжырымдауға болады.

Корпорациялардың мүмкіндіктері экономикалық тиімділік есептеулері, ұсынылатын әлеуметтік бағыттағы жобалар және тиісті кепілдіктермен расталған ұйымдардың оларды іске асыруға үлестік қатысу негіздемелері негізінде қаржылық өзара іс-қимыл бойынша іске асырылады.

Қазақстанда корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік негізінен ірі компаниялардың қызметінде көрініс табады. Әсіресе мұнай-газ, тау-кен өнеркәсібі және ұлттық компаниялар әлеуметтік инфрақұрылымды дамытуға, білім беру мен денсаулық сақтау жобаларын қаржыландыруға белсенді қатысады. Ал шағын және орта бизнес субъектілерінде әлеуметтік жауапкершілік көбіне қайырымдылық акциялары немесе демеушілік қызметтермен ғана шектеледі. Бұл корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің стратегиялық басқару құралы ретінде әлі толық қалыптаспағанын көрсетеді. Сондықтан әлеуметтік жауапкершілікті компаниялардың даму стратегиясына енгізу және оны бағалайтын нақты индикаторлар жүйесін қалыптастыру өзекті мәселе болып табылады.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің халықаралық тәжірибесі оның ұйымдардың тұрақты дамуы мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудағы маңызды стратегиялық құралға айналғанын көрсетеді. Дегенмен, әр елде корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті жүзеге асыру деңгейі институционалдық ортаға, мемлекеттік саясатқа, бизнестің даму деңгейіне және қоғамдық сұранысқа байланысты ерекшеленеді. Осыған байланысты Қазақстандағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің қазіргі жай-күйін халықаралық тәжірибемен салыстыра отырып (кесте 4) талдау оның даму ерекшеліктерін, басым бағыттарын және жетілдіруді қажет ететін тұстарын айқындауға мүмкіндік береді.

Кесте-4 – Қазақстан мен дамыған елдердегі корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті жүзеге асырудың салыстырмалы сипаттамасы

Салыстыру	Дамыған елдер	Қазақстан
КӨЖ мақсаты	Компания стратегиясының бөлігі	Көбіне қайырымдылық
Қаржыландыру	Жоспарлы	Эпизодтық
ESG есептілігі	Міндетті немесе кең таралған	Толық қалыптаспаған
Әлеуметтік инвестициялар	Ұзақ мерзімді	Қысқа мерзімді
Нәтижені бағалау	KPI қолданылады	Сирек бағаланады
Ескерту – автордың құрастыруы		

4-кесте мәліметтері Қазақстандағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің халықаралық тәжірибемен салыстырғанда әлі де институционалдық даму кезеңінде екенін көрсетеді.

Жүргізілген әдебиеттерді талдау Қазақстандағы корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің дамуын тежейтін бірнеше факторды анықтауға мүмкіндік береді:

- әлеуметтік жауапкершілікті бағалау көрсеткіштерінің болмауы;
- шағын және орта бизнестің қаржылық мүмкіндіктерінің шектеулілігі;
- әлеуметтік инвестициялардың тиімділігін бағалау әдістемесінің қалыптаспауы;
- КӨЖ жөніндегі бірыңғай ұлттық стандарттың болмауы;
- көптеген кәсіпорындардың әлеуметтік жауапкершілікті қайырымдылықпен теңестіруі.

Зерттеу нәтижелері негізінде келесі ұсыныстар беріледі:

- 1) Кәсіпорындардың корпоративтік әлеуметтік жауапкершілігі бойынша ұлттық

рейтинг енгізу.

2) Әлеуметтік инвестициялардың тиімділігін бағалайтын көрсеткіштер жүйесін әзірлеу.

3) ШОБ субъектілеріне арналған корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік жөніндегі әдістемелік ұсынымдар дайындау.

4) ESG және КӘЖ қағидаттарын кәсіпорындардың стратегиялық жоспарлау жүйесіне енгізу.

5) Әлеуметтік жауапкершілік жөніндегі жыл сайынғы жария есептілікті кеңінен қолдану.

Қорытынды. Жүргізілген зерттеу бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі қазіргі экономикалық жүйеде ұйымдардың тұрақты дамуын қамтамасыз ететін маңызды стратегиялық құрал екенін көрсетті. Әлеуметтік жауапкершілік тек қайырымдылық немесе қосымша әлеуметтік шаралар жиынтығы емес, ол компанияның басқару жүйесіне енгізілген кешенді, көпдеңгейлі институт болып табылады.

Теориялық талдау нәтижесінде корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік экономикалық, әлеуметтік, экологиялық және этикалық құрамдастар арқылы іске асырылатыны анықталды. Бұл бағыттар бір-бірімен тығыз байланысты және ұйымдардың ұзақ мерзімді бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етеді. Сонымен қатар ISO 26000 халықаралық стандарты мен Кэрролл моделі әлеуметтік жауапкершілікті жүйелі түрде түсіндіруге мүмкіндік беретін негізгі ғылыми негіздер ретінде қарастырылды.

Қайырымдылық пен әлеуметтік инвестицияларды салыстыру әлеуметтік жауапкершіліктің қазіргі даму тенденциясы біржолғы көмектен стратегиялық, жоспарлы және ұзақ мерзімді инвестициялық тәсілге ауысып жатқанын көрсетті. Дегенмен Қазақстан жағдайында корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік көбінесе ірі компаниялар деңгейінде дамып, шағын және орта бизнес субъектілерінде жүйелі сипатқа толық ие бола қоймаған.

Жалпы алғанда, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін дамыту кәсіпорындардың тек экономикалық тиімділігін арттырып қана қоймай, қоғамдағы әлеуметтік тұрақтылықты нығайтуға, адам капиталының сапасын жақсартуға және мүдделі тараптар арасындағы сенімді күшейтуге мүмкіндік береді. Осыған байланысты корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті институционалдандыру, оны бағалау көрсеткіштерін енгізу және мемлекеттік деңгейде қолдау тетіктерін жетілдіру өзекті болып қала береді.

Әдебиеттер:

1. Михайлина С.А. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие. – М.: МИЭТ, 2013. – 120 с.

2. Социальная ответственность. <https://ecovadis.com/ru/glossary/social-responsibility/>

3. Завьялова Е.Б. Корпоративная социальная ответственность: эволюция подходов и идей / Е.Б.Завьялова // Финансовый бизнес. — 2018. — №2 (193). — С. 26-31.

4. Социальная ответственность и человеческий капитал предприятий в системе региональной социальной политики: монография / Е.В.Попова, Н.Р.Кельчевская, И.М.Черненко, С.А.Сироткин, И.С.Пелымская. –М.: Креативная экономика, 2017. – 318 с.

5. Марченко, Е.М. Методические подходы к оценке эффективности инвестиций в социальные проекты / Е.М. Марченко, В.В. Глазкова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. –№ 8 (359). –С. 35-42.

6. Тульчинский, Г.Л. Корпоративные социальные инвестиции и социальное партнерство / Г.Л. Тульчинский. –СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУВШЭ, 2012. – 236 с. с. 51].

7. Ивашина М.М. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленность (профили) «Менеджмент организации», «Маркетинг», «Управление инновациями и инвестициями». – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. – 92 с.