

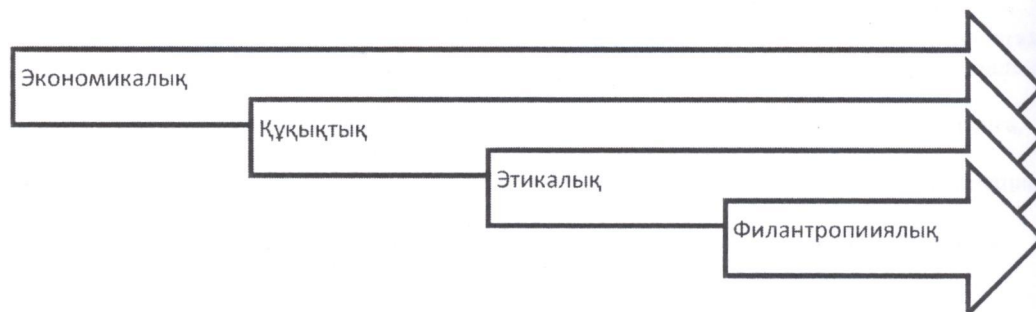
Садуллаева Айгуль Пайзуллаевна, аға оқытушы  
«Алматы Менеджмент Университеті» ББ  
Алматы, Қазақстан Республикасы

## КОРПОРАТИВТІ ӘЛЕУМЕТТІК ЖАУАПКЕРШІЛІК КӨП ДЕНГЕЙЛІ ЖҮЙЕ РЕТІНДЕ

Корпоративті әлеуметтік жауапкершілік (КӘЖ) – бұл бүкіл әлем бойынша кең тараған тұжырымдама. Әлемді ғылыми әдіебеттерде корпоративті әлеуметтік жауапкершілік тұжырымдамасы туралы бірінғай түсінік жоқ. Бұл термин әртүрлі аймақтарда түрліше түсіндіріледі. Канадада КӘЖ корпоративті филантропия және әлеуметтік маркетинг ретінде қарастырылады. Австралияда корпоративті әлеуметтік жауапкершілік экологиялық жобалар мен құқық қорғау органдарында кеңінен тараған. Үндістанда корпоративті әлеуметтік жауапкершілік қайырымдылық пен нашар қоғамдық инфрақұрылымның салдарын азайтуды қамтиды, ал Қытайдағы бизнесте компания қызметкерлердің денсаулығы мен қауіпсіздігі басымдыққа ие.

АҚШ-та «корпоративті әлеуметтік жауапкершілік» термині демеушілік моделімен байланысты, яғни компаниялар пайда табады және транспаренттік негізінде салық төлейді, содан кейін табысының бір бөлігін қайырымдылық мақсаттарда аударады. Ұлыбританияда КӘЖ тұрақты даму мақсаттарын іске асыруға қосқан үлесі ретінде қарастырылады. Ағылшын компаниялары экономикалық, әлеуметтік және қоршаған ортаға ықпал ете отырып, қызметінің жағымды салдарын арттыруға, кері салдарын азайтуға тырысады.

Ағылшын зерттеушісі А.Кэрролл бойынша КӘЖ төрт құрамдас бөліктен тұратын көпденгейлі жүйе болып табылады: корпорациялардың экономикалық, құқықтық, этикалық және филантропиялық жауапкершіліктері (сурет 1). Кэрролл әлеуметтік жауапкершілікті корпорация өзінің корпоративті азаматтық рөлін атқаруы тиіс деп есептейді. Корпорацияның негізгі мақсаты – соңғы тұтынушыға сапалы өнімді ұсыну және жаңа жұмыс орындарын құруды қамтитын экономикалық жауапкершілікті болу. Басқаша сөзбен айтқанда, экономикалық жауапкершілікті іске асыратын компания әлеуметтік те жауапкершілікті болып табылады [1]. Сонымен қатар, Кэрролл әлеуметтік жауапкершіліктің барлық түрлерін олардың басымдылық тәртібімен іске асыру қажет деп санайды.



Сурет 1. Корпоративті әлеуметтік жауапкершілік басымдылық ретімен [1].

Корпорациялардың құқықтық жауапкершілігі оның заңға және құқықтық актілерде бекітілген талаптарға сай қызмет ететіндігін көрсетеді.

Этикалық жауапкершілік корпорациялардың тәртібін қалыптасқан әлеуметтік-мәдени нормалар мен адалдық, әділдік, адамдардың құқықтарын сыйлау, әлеуметтік зиян келтірмеу сияқты моральдық құндылықтарға сай анықтайды.

Филантропиялық жауапкершілік әлеуметтік бағдарламалар мен меценаттықты іске асыруға ерікті түрде қатыса отырып, қоғамның әл-ауқатын қолдау және дамыту арқылы іске асырылады.

Компаниялар алдымен өзінің экономикалық жауапкершілігін іске асыру үшін пайда табады. Содан кейін салықтар мен корпорация қызметкерлеріне жалақыны төлеу кезінде құқықтық жауапкершілікті іске асырады. Корпорация жауапкершіліктің аталаған екі түрін іске асырғаннан кейін ғана этикалық және филантропиялық жауапкершілікті іске асырумен айналысуы мүмкін. «Компания әлеуметтік жауапкершілік бойынша іс-әрекеттерді орындау мүмкіндігін тек экономикалық және құқықтық жауапкершілікті іске асырғаннан кейін ғана қарастыруы қажет. Адамның өмір сүруі мен дамуы үшін тамақ қажет болатыны сияқты компанияның өмір сүруі мен өсуіне де пайда қажет болып табылады. Өйткені пайданы жоғарылату қажетті тамақтың мөлшерін де ұлғайтуға мүмкіндік береді» [2].

Стейкхолдер теориясы ХХғ. 70-ші жж. Ұлыбританияда ірі компаниялардың күшті билігіне реакция ретінде пайда болды. Бұл теорияда корпорациялардың іс-әрекеттері көптеген қызығушы тараптардың мүдделеріне тәуелділігі екендігі қарастырылады. Компанияда стейкхолдерлерді белсендету корпоративті басқаруды жақсартады және компанияның әлеуметтік жауапкершілігін арттырады. Корпоративті басқаруды іске асыру КӘЖ

шенберіндегі жауапкершілікті арттыратындығын да атап өткен жөн. Стейкхолдерлердің КӨЖ саласындағы талаптары өнім өндіру кезінде таза экологиялық материалдарды пайдаланудан бастап нақты коммерциялық емес ұйымдардың мүдделерін қанағатандыруға дейін көп талаптарды қамтуы мүмкін.

Әлеуметтік жауапкершілік көпдеңгейлі сипатта болады:

1. Базалық деңгей салықтарды, жалақыны өз уақытында төлеуді, жаңа жұмыс орындарын құрумен байланысты міндеттерді орындауды талап етеді.
2. Әлеуметтік жауапкершіліктің екінші деңгейі корпорация қызметкерлерінің біліктілік деңгейін арттыру, емдеу-сауықтыру, тұрғын үймен қамтамасыз ету, аймақтағы әлеуметтік саланы дамыту сияқты шараларды қамтиды. Бизнесінің әлеуметтік жауапкершілігінің бұл деңгейі «корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік» деп аталады.
3. Үшінші деңгей қайырымдылық шараларын ұйымдастыру бағытындағы қызметтерді қамтиды.

Сонымен қатар, корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік корпорация қызметінің бағытына қарай ішкі және сыртқы болып екіге бөлінеді. Ішкі бағыт – бұл өз компаниясының жұмыскерлері үшін жүргізілетін әлеуметтік саясат, сондықтан тек осы компания шеңберінде шектеледі. Сыртқы бағыт – компанияның немесе оның жеке кәсіпорындарының қызмет ететін аймағындағы жергілікті қоғам үшін жүргізілетін әлеуметтік саясаты.

Бизнесінің ішкі әлеуметтік жауапкершілігі келесі бағыттарды қамтиды:

- персоналды дамыту, жұмыскерлердің кәсіби-біліктілік деңгейін жоғарылату;
- еңбек қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- корпоративтік мәдениетті қалыптастыру;
- жұмыскерлер және олардың отбасы мүшелерін сауықтыру және қалпына келтіру, әлеуметтік сақтандыру;
- адам капиталын дамыту.

Корпоративтік ішкі саясат байланыстарды, соның ішінде жұмыскерлер арасындағы, сондай-ақ компания басшылығы мен жұмыскерлер арасындағы бейформалды байланыстарды нығайту арқылы әлеуметтік капиталды дамытуға, қызметкерлердің адами капиталын арттыруға (денсаулығы, білімі) бағытталады.

Көптеген компаниялар өздігінен немесе биліктің бастамашылығымен түрлі сыртқы әлеуметтік жобаларға қатысады. Бизнес пен биліктің әлеуметтік серіктестігінің негізгі бағыттары:

- биліктің бастамашылығымен жасаған ауқымды инвестицияларды діни, медициналық, спорттық, мәдени объектілерді қаржыландыруға қатысу;
- ТКШ объектілерін қамтамасыз ету (бірінші кезекте қала құраушы кәсіпорындармен);
- медициналық, білім беру және мәдени мекемелердің қызметін қолдау және базасын қалыптастыру;
- демеушілік жасау және корпорациялық қайырымдылық
- мәдени-сауық қызметін ұйымдастыруға көмек көрсету;
- тұрғындар үшін білім беру жобаларын іске асыру;
- жергілікті халықты дамытуға бағытталған инновациялық жобаларды қолдау;
- халықтың әлеуметтік әлсіз топтарын қолдау.

Кейбір жағдайларда фирманың сыртқы әлеуметтік саясаты әлеуметтік саланың белгілі бір бағыттарында мемлекеттің кемшілігін жоюға ықпал етеді; көбінесе муниципалдық және аймақтық билік келіседі және тіпті әлеуметтік жүктеменің елеулі бөлігін кәсіпорынға міндеттейді.

Компанияның нарықтағы жетістігі – салымдарының мемлекеттің әлеуметтік қажеттіліктерін өтеу үшін жұмсалып табылады. Тәжірибе көрсетіп отырғандай жоғарғы әлеуметтік жауапкершілік компанияның қалыптасу бет-бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік береді. Бұл өз кезегінде компанияға келесідей пайда әкеледі:

- тұрақты тұтынушыларының артуы, әріптестік байланыстардың тұрақтануы;
- несие алу және сақтандыру бойынша жеңілдіктерге ие болу;
- мемлекеттік құрылыммен қарым – қатынастың жақсаруы.
- компанияның ішкі және халықаралық нарықта рейтингінің жоғарылауы.

Егер компания үшін іскерлік әлем мен нарықтағы беделі маңызды болса, келесідей жағдайларды болдырмауы тиіс және олар кәсіпорынның әлеуметтік жауапкершілігін төмендетеді. Олар: жемқорлықпен байланысты жанжалдар; техногенді апаттар; өндірістің жергілікті экологияға кері әсерлері; адам құқықтарының тапталуы; қызметкерлердің еңбек қауіпсіздігінің бақыланбауы.

Сонымен, корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік – бұл компания өз бизнесін жүргізгенде, ең алдымен, қоғамның мүддесімен санасу керектігі және қызмет көрсетіп отырған тұтынушылары мен компания қызметкерлер, мердігерлері мен акционерлері, сонымен қатар өзге де стейкхолдерлер алдындағы жауапкершілікті сезіне білуі тиіс екендігі бекітілген тұжырымдама.

Қазақстан Республикасы Орта Азия елдерінің арасында КӨЖ саласында көшбасшы болып табылады. Тәуелсіз Қазақстандағы әлеуметтік жауапкершіліктің дамуы үшін алғашырт 1990-шы жылдардың ортасында, нарыққа шетелдік компаниялардың келуімен пайда болды. Бүгінгі күнде халық пен отандық компаниялардың әлеуметтік жауапкершілік туралы хабардарлығы жоғары қарқынмен өсуде.

Алғаш рет Қазақстанда әлеуметтік жауапкершілік туралы ҚР Президенті өзінің 2005 жылғы халыққа жолдауында айтқан. Қазақстанның әлемнің бәсекеге барынша қабілетті 50 елдерінің қатарына қосылу Стратегиясы шеңберінде ҚР Президенті Н.Ә.Назарбаев қоғамды әрі қарай жаңғырту үшін бизнестің әлеуметтік жауапкершілігінің халықаралық стандарттарын енгізу қажет екендігін атап өтті. «Ұжымдық-келісімшарттық механизмді дамыту және жетілдіру қажет. Бұл еңбекақы, еңбекті қорғау және еңбек қауіпсіздігі, сонымен қатар

адамдардың экологиялық қауіпсіздігі, мамандарды кәсіби дайындау және біліктілігін арттыруға қатысты. Бизнес әлеуметтік объектілерді құруға және аймақтарды дамытуға қатысуы қажет». Бұл жерде үш қоғамдық сектордың (мемлекет, бизнес және коммерциялық емес сектор) өзара конструктивті байланысын талап ететін әлеуметтік серіктестік туралы сөз қозғалып отыр. Әлеуметтік серіктестік идеологиясы жергілікті халық пен жалдамалы жұмыскерлердің мүддесін көздейтін бизнес, билік және қоғамдық ұйымдар бірлесіп әрекет етуіне негізделген және келесілерді қамтамасыз етуі қажет:

- 1) Қоғамдағы әлеуметтік тұрақтылық және тәртіп;
- 2) Экономиканың тұрақты және қарқынды дамуы;
- 3) Жеке адамның құқықтары мен еркіндіктерін заңды түрде қорғау;
- 4) Адамның үйлесімді даму жағдайлары [4].

Қазақстанда қоғамның экономикалық, экологиялық, әлеуметтік салаларындағы бизнестің міндеттемелерін анықтайтын бірқатар заңды құжаттар бар. Әлеуметтік нормалардың орындалуының негізгі кепілі Қазақстанның Конституциясы болып табылады, онда адамның өмір сүруге, еркіндікке, сөз еркіндігіне, бірлестіктер еркіндігіне деген құқықтары бекітілген. Корпоративті әлеуметтік жауапкершілік тұрғысынан 24 бапты ерекше атап өтуге болады, онда келесідей құқықтар көрсетілген:

1. «Әркімнің еңбек ету бостандығына, қызмет пен кәсіп түрін еркін таңдауына құқығы бар. Еріксіз еңбекке соттың үкімі бойынша не төтенше жағдайда немесе соғыс жағдайында ғана жол беріледі.
2. Әркімнің қауіпсіздік пен тазалық талаптарына сай еңбек ету жағдайына, еңбегі үшін нендей бір кемсітуді сыйақы алуына, сондай-ақ жұмыссыздықтан әлеуметтік қорғалуға құқығы бар.
3. Ереуіл жасау құқығын қоса алғанда, заңмен белгіленген тәсілдерді қолдана отырып, жеке және ұжымдық еңбек дауларын шешу құқығы мойындалады.
4. Әркімнің тынығу құқығы бар. Еңбек шарты бойынша, жұмыс істейтіндерге заңмен белгіленген жұмыс уақытының ұзақтығына, демалыс және мереке күндеріне, жыл сайынғы ақылы демалысқа кепілдік беріледі» [5].

Конституцияның бұл бөлімдері бизнестің негізгі міндеттерін белгілейді, сондай-ақ ол бизнестің мемлекет пен қоғам алдындағы формалды міндеттерін белгілейтін бірнеше заңдармен реттеледі. Бірінші кезекте ҚР «Салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдер туралы» Кодексі, мұнда салық және басқа да міндетті төлемдерді төлеу нормалары қамтылған және мемлекет пен салық төлеуші арасындағы қатынастарды реттейді.

ҚР Еңбек Кодексі еңбек қатынастарын құқықтық реттеуге және еңбек қатынастарындағы тараптар мүдделерінің теңдігіне, экономикалық өсі, өндіріс тиімділігі арттыру және халықтың әл-ауқатын жақсартуға қол жеткізу үшін қажетті жағдайларды жасауға бағытталады. Экологиялық Кодекс табиғи ресурстарды пайдалану және қоршаған ортаға ықпал етумен байланысты шаруашылық және басқа да қызметтерді іске асыру кезінде табиғи ресурстарды пайдалану мен ұдайы өндіру қатынастарын реттейді.

Бүгінгі күнде бизнестің әлеуметтік жауапкершілігі Қазақстан Республикасының тұрақты дамуының ұзақ мерзімді стратегиясының маңызды құраушысы болып табылады. Елімізде 2015-2020 жж. арналған корпоративті әлеуметтік жауапкершілік бойынша Ұлттық тұжырымдама қабылданды. Тұжырымдаманың басты мақсаты – өз кезегінде қоғамдағы, сондай-ақ, мекеме ішіндегі экономикалық, әлеуметтік және экологиялық мәселелерді шешуге жәрдемдесетін бизнесті жауапкершілікпен жүргізу моделін қалыптастыру. Әлеуметтік жауапкершілік элементтерін енгізу кәсіпорын және жұмыс беруші үшін нақты басымдықтар әкеледі. Қазақстанда КӘЖ дамыту бойынша мемлекет, бизнес, және азаматтық сектор белсенді рөл атқаратын серіктестікті тереңдетуге негізделетін бірыңғай тәсіл қарастырылатындығы тұжырымдаманың ерекшелігі болып табылады. Бұл тұжырымдама әлеуметтік жауапкершіліктің 7 мәселесін қамтиды: адамдардың құқығын сақтау, қоршаған ортаны қорғау, тұтынушылардың мүдделерін сақтау, адал ресми тәжірибе, корпоративті басқару, қоғамның өмірі мен дамуына атсалысу.

КӘЖ саласындағы САНДЖ зерттеу Орталығының 2013 жылы жүргізген сауалнамасының нәтижесі бойынша ҚР бизнес өкілдерінің тек 63%, оның ішінде ірі компаниялардың 100%, ал шағын бизнестің тек 47% корпоративті әлеуметтік жауапкершілік түсінігінен хабардар, ірі бизнес өкілдерінің көбі КӘЖ түсінігімен толық таныс (100%) екендігін атап көрсетсе, орта бизнес қатысушыларының жартысынан көбі (70%) бұл ұғымның мәнін толық түсінеді.

Қазақстан компанияларының тек 57% бизнес әлеуметтік жауапкершілікті болуы тиіс деп санайды. Сонымен қатар көптеген респонденттер КӘЖ – бұл ірі бизнестің, сондай-ақ қоршаған ортаға және халықтың денсаулығына зиян келтіретін мұнай-газ және тау-кен өндірісі кәсіпорындары атқаруы тиіс қызмет деп санайды [6].

Зерттеу нәтижесі көрсеткендей бизнес өкілдері арасында КӘЖ туралы толық түсінік жоқ, сәйкесінше, оның кейбір бағыттары ғана кең таралған. Қазақстанда жүргізілген сауалнама нәтижесі бойынша КӘЖ адал тәжірибе (82%), еңбек қатынастары (80%) және адам құқықтарын сақтау (75%) сияқты бағыттары барынша дамыған. Компаниялардың 58% тұтынушыларға бағытталған саясатты іске асырады. Қоғам алдындағы экономикалық жауапкершілік (48%), корпоративті басқару (45%), қайырымдылық мәселесі (35%) және қоршаған ортаны қорғау (38%) бағыттары төмен дамыған.

Компаниялардың әлеуметтік саясат бойынша іс-шараларды атқаруына кедергі келтіретін негізгі факторлар:

- қаржы құралдарының жетіспеушілігі;
- мемлекет тарапынан ынталандырудың болмауы;
- қажетті білім мен дағдының жеткіліксіздігі;

- нормативті-құқықтық базаның жетілмегендігі;
- қоғамдағы ақпараттың жоқ болуы;
- қоғамның компания қосқан үлесін жеткіліксіз мойындауы және КӘЖ әсерін өлшеу қиындығы болып табылады.

ҚР Салық кодексінде қайырымдылық шараларына 3% салықтық жеңілдік беру көзделген, бірақ та ол көптеген компанияларды ынталандырмайды, өйткені бұл жеңілдікті алу үшін құжаттар тапсыру процедурасы бюрократизмнің жоғары деңгейімен сипатталады.

Халықаралық тәжірибеге сәйкес корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің бизнес үшін маңыздылық деңгейіне қарай келесі деңгейлерін бөліп көрсетуге болады:

- бизнестің қажеттіліктері (компания жұмысшылары, еңбек жағдайы және т.б.)
- жабдықтаушылар және тұтынушылармен қарым-қатынасы;
- қайырымдылық;
- қоғам дамуы үшін ұзақ мерзімді инвестициялау.

Алдыңғы екі деңгей (компанияның өз жұмысшылары алдындағы, жеткізушілер және тұтынушылар алдындағы, салық органдары алдындағы жауапкершілігі, экологиялық заңнаманы қатаң сақтау және т.б.) базалық болып табылады және тәжірибеде көбінесе қазақстандық компаниялар қолданады. Қайырымдылық пен қоғам дамуы үшін ұзақ мерзімді инвестициялау жоғары жүйе деңгейі болып саналады және қазақстандық бизнес-құрылымдар үшін осы бағытта әлі де іске асырылмаған мүмкіндіктер жетерлік.

Қорытындылай келе, корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің бизнес үшін тиімді жақтары ретінде төмендегілерді атап көрсетуге болады:

- қоғамның қатысуымен жүзеге асырылатын қызмет өте үлкен рг-мүмкіндіктер береді;
- тұтынушылар тауарларды корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қағидаларын ұстанатын компаниялардан сатып алуға тырысады;
- халықаралық инвесторлар корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікті іс жүзінде қолданатын компаниялармен жұмыс істегенді жөн көреді.
- үкімет корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қағидаларын ұстанатын компанияларды қолдайды;
- қалыпты имидж қалыптастыру арқылы шығынды азайтуға мүмкіндік туындайды;
- мүдделі тараптардың, соның ішінде тұтынушылардың және жабдықтаушылардың қажеттіліктерін ескеру арқылы жаңа коммерциялық мүмкіндіктердің пайда болуы;
- компания қызметінің тиімділігін арттыру мүмкіндігі жоғарылайды;
- жоғары деңгейде ашық, әрі жариялы жұмыс істеу компания имиджін жақсартта түседі.

#### Пайдаланылған әдебиеттер:

1. *Carroll A.B.* The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders // *Business horizons*. – 1991. – Т. 34. – № 4. – С.39-48.
2. *Шелдон, Б.* «Корпоративная социальная ответственность: Не побочная деятельность, а составная часть бизнес-стратегии», *Социальное партнерство*, 2002. – №. 1, – С.10-16.
3. Выступление Президента Н.А. Назарбаева на республиканском Форуме по вопросам социальной ответственности бизнеса (Жезказган, 24 января 2008 года), // сайт: <http://www.zakon.kz>
4. Перекрестов Д.Г., Поварич И.П., Шабашев, В.А. *Корпоративная социальная ответственность: теория и практика*, Изд. «Академия Естествознания», М. 2011.
5. Қазақстан Республикасының Конституциясы // сайт: <http://adilet.zan.kz>
6. Центр исследований Сандж. *Корпоративная социальная ответственность в Казахстане: ситуация, проблемы и перспективы развития*. – Астана: Сандж, 2013. – 97 с.